التجارة الإلكترونية
كيف، متى وأين ؟!!!

تأليف : بسام نور
مشرف القاموس بالموسوعة

إعداد وتجميع : فريق بيوكوم للتكنولوجيا
BioCom 4 Technology

التواصل مع القراء

إلى القارئ العزيز ،،،

حرصت الموسوعة العربية للكمبيوتر والإنترنت _ ومن منطلق اهتمامها العام بعلوم الحاسب والتقنية واهتمامها الخاص بتقديم هذه العلوم باللغة العربية _ على تقديم هذه السلسة من الكتب الإلكترونية التى نتمنى أن تحقق طموحات القارئ العربى الذى اعتاد على قراءة أجود المطبوعات بكافة اللغات العالمية .

إن الموسوعة العربية _من خلال هذه السلسلة _ تطمح لتقديم سلسلة من الكتب بمستوى عالٍ من الجودة ، الشيء الذى لن يتحقق بدون ملاحظاتكم واقتراحاتكم حول السلسلة _ طريقة الكتابة ، الأخطاء الإملائية والنحوية ، التنظيم والترتيب ، طريقة نشر الكتاب وتوزيعه ، الإخراج الفنى ... الخ

ننتظر سماع أراءكم على البريد الإلكتروني المخصص لذلك
ebooks@c4arab.com
نرجو ذكر اسم الكتاب والكاتب والطبعة مع ذكر ملاحظاتكم لنا

تـــــــــــهاني الســـــــــــــــبيت
مشرفة الموسوعة العربية للكمبيوتر والإنترنت

.. بســـــم الله الرحمـــن الرحيـــــم ..

الدورات التعليمية .. هي مجموعة من الدورات التي تقدمها لكم الموسوعة العربية؛ بدأنا بتقديمها في الصيف تحت مسمى " الدورات الصيفية " وها هي تعود من جديد . حرصنا على تقديم دورات في مجالات مختلفة لنراعي أغلب الاهتمامات كما حرصنا على انتقاء الدورات المفيدة، غير المتكررة، بطريقة جادة تنقلك إلى الجو الدراسي في قاعات الجامعة و صفوف المعاهد و لكن في بيئة إلكترونية! كل هـذا مجــانـــا! ...
يوجد كذلك ساحة متخصصة لها ضمن مجموعة ساحات الموسوعة العربية للنقاش والأسئلة، تجدها **هنــا**! ...



استفد واستثمر وقتك معنا! إذا كنت ترغب في تطوير ذاتك و توسيع نطاق ثقافتك في الحاسوب فاستغل كل دقيقة واستفد معنا! و لا تنسى أننا في عصر المعلومات والسرعة.

ابدأ الآن !انتقل لصفحة الدورات و اختر الدورة التي تناسبك، انتقل لصفحة الأساتذة للاطلاع على قائمة الأساتذة الّذين سيلقون المحاضرات ،انتقل لصفحة التسجيل كي تسجّل نفسك في إحدى الدورات، لن تستطيع المشاركة في أي دورة قبل أن تسجل. انتقل لصفحة المراجع كي تطلع على المراجع المقدمة من الأساتذة بخصوص الدورات الحالية .انتقل لصفحة الملتحقين لتطلع على بعض المعلومات عن الملتحقين في الدورات. انتقل لصفحة اتصل بنا كي ترسل لنا اقتراحاً أو طلباً. نحن بانتظارك! لكن الوقت محدود و عدد الملتحقين في كل دورة محدود لذا لا تتأخر في التسجيل من فضلك.

هذا الكتاب ....

ليس فى الأصل ألا دورة تم تدريسها فى ساحة الدورات التعليمية بالموسوعة العربية للكمبيوتر والإنترنت ، وتم جمع تلك الدروس وسلسلة النقاش التى دارت حولها هنا فى هذا الكتاب ، وتم وضع النقاشات على هيئة أسئلة وأجوبة لكى يستفيد الجميع منها ،،،،،،،،

لذلك تعتبر سلسلة كتب الدورات التعليمية :

- **أول سلسلة كتاب إلكترونية عربية خاصة بالمبتدأين.**
- **السلسلة الوحيدة التى تتبع نظام الأسئلة والأجوبة الناتجة فعلاً من مشاكل حقيقة لأشخاص من مختلف الدول، مما يهيئ عندك نوع من استعداد لأى مشكلة وكيفية التعامل معها.**
- **تعتبر سلسلة الكتاب الوحيدة المدعومة اربع وعشرين ساعة طوال العام، فيمكنك الاستفسار عن أى مشكلة وحلها عن طريق وضعها فى ساحة النقاش والأسئلة بالموسوعة .**
- **إن هذا الكتاب هو من أجل نشر المعرفة وتوسيع التفكير المنطقى الأساسي ، الاحتراف هو ليس الهدف فى حد ذاته، بل الاستطلاع واكتشاف الذات والإلمام الجيد بالأساسيات والمبادئ الأولية من أجل شق طريق النجاح بكل سهولة ويسر.**

المحتويات :

الفصل الأول: أساسيات التجارة الالكترونية

*مفهوم التجارة الالكترونية:Electronic Commerce

التجارة الالكترونية هو مفهوم جديد يشرح عملية بيع أو شراء أو تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات من خلال شبكات كمبيوترية ومن ضمنها الانترنت. هناك عدة وجهات نظر من أجل تعريف هذه الكلمة:

-**فعالم الاتصالات** يعرّف التجارة الالكترونية بأنه وسيلة من أجل ايصال المعلومات أو الخدمات أو المنتجات عبر خطوط الهاتف أو عبر الشبكات الكمبيوترية أو عبر أي وسيلة تقنية.

-ومن وجهة نظر **الأعمال التجارية** فهي عملية تطبيق التقنية من أجل جعل المعاملات التجارية تجري بصورة تلقائية وسريعة.

-في حين أن **الخدمات** تعرف التجارة الالكترونية بأنها أداة من أجل تلبية رغبات الشركات والمستهلكين والمدراء في خفض كلفة الخدمة والرفع من كفاءتها والعمل على تسريع ايصال الخدمة.

-وأخيرا، فإن **عالم الانترنت** يعرفها بالتجارة التي تفتح المجال من أجل بيع وشراء المنتجات والخدمات والمعلومات عبر الانترنت.

*مجال التجارة الاكترونية:

هيكل التجارة الالكترونية:
الكثير من الناس تظن بأن التجارة الالكترونية هي مجرد الحصول على موقع على الانترنت، ولكنها أكبر من ذلك بكثير. هناك الكثير من تطبيقات التجارة الالكترونية من مثل البنوك الانترنتية والتسوق في المجمعات التجارية الموجودة على الانترنت وشراء الأسهم والبحث عن عمل والقيام بمزادات والتعاون مع بقية الأفراد في عمل بحث ما. ومن أجل تنفيذ هذه التطبقيات، يستلزم الحصول على معلومات داعمة وأنظمة وبنية تحتية.

تطبيقات التجارة الالكترونية مدعومة ببنى تحتية. وتأدية عمل هذه التطبيقات يستلزم الاعتماد على أربعة محاور مهمة:

(1)الناس
(2)السياسة العامة
(3)المعايير والبروتوكولات التقنية
(4)شركات أخرى.

*أقسام تطبيقات التجارة الالكترونية:

تطبيقات التجارة الالكترونية تنقسم إلى ثلاثة أجزاء:

(1)شراء وبيع المنتجات والخدمات وهو ما يسمى بالسوق الالكتروني.
(2)تسهيل وتسيير تدفق المعلومات والاتصالات والتعاون ما بين الشركات وما بين الأجزاء المختلفة لشركة واحدة
(3)توفير خدمة الزبائن

*الأسواق الالكترونية:Electronic Commerce

السوق هو عبارة عن محل من التعاملات والمعاملات والعلاقات من أجل تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات والأموال. وعندما تكون هيئة السوق الإلكترونية فإن مركز التجارة ليس بناية أو ما شابه بل هو محل شبكي يحوي تعاملات تجارية. فالمشاركين في الأسواق الالكترونية من باعة ومشترين وسمسارين ليسوا فقط في أماكن مختلفة بل نادرا ما يعرفون بعضهم البعض. طرق التواصل ما بين الأفراد في السوق الالكتروني تختلف من فرد لآخر ومن حالة لأخرى.

*أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات والأسواق الالكترونية:

أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات Interogranization Information Systems ترتكز على تبادل وتدفق المعلومات ما بين منظمتين أو أكثر. غرضها الأساسي هو تخليص المعاملات بصورة فعالة كارسال الحوالات المالية والفواتير والكمبيالات عبر الشبكات الخارجية. وفي هذه الأنظمة فإن كل العلاقات ما بين الأطراف المعنية قد تم الاتفاق عليها مسبقا، فلا توجد مفاوضات أخرى ولكن مجرد تنفيذ ما تم الاتفاق عليه مسبقا. في حين أن الباعة والمشترين في الأسواق الالكترونية يتفاوضون ويزايدون ويناقصون في السعر ويتفقون على فاتورة معينة وينفذون الاتفاق وهم متصلين بالشبكة أو غير متصلين. أنظمة ما بين المؤسسات تُستخدم فقط في تطبيقات الشركات للشركات في حين أن الأسواق الالكترونية فتستخدم في تطبيقات الشركات للشركات وفي تطبيقات الشركات للمستهلكين.

*أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات:

المجال:

أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات هو نظام يربط ما بين عدة جهات تجارية وغالبا ما تشمل شركة ما ومزودها ومستهلكها. ومن خلال أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات يستطيع الباعة والمشترون تنظيم وترتيب المعاملات التجارية الروتينية. ويتم تبادل المعلومات من خلال شبكات اتصالات تم تهيئتها بصورة مناسبة لكي لا يتم استخدام الهواتف والوثائق الورقية والاتصالات التجارية. وسابقا فإن أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات كانت تتم من خلال شبكات اتصالات خاصة ولكن الاتجاه الآن هو استخدام الانترنت لهذه الغايات.

أنواع أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات:

-**التبادل الالكتروني للبيانات**: Electronic Data Interchange EDI يوفر اتصال الشركات للشركات بصورة آمنة عبر شبكات القيمة المضافة.Value-added Networks

-**الشبكة الاضافية**: Extranet والتي توفر اتصال الشركات للشركات بصورة آمنة عبر الانترنت

-**التحويل الالكتروني للأموال**Electronic Funds Transfer

-**الاستمارات الالكترونية**

-**التواصل المتكامل** :هو عملية ارسال الايميلات ووثائق الفاكس عبر نظام موحد للارسال الالكتروني.

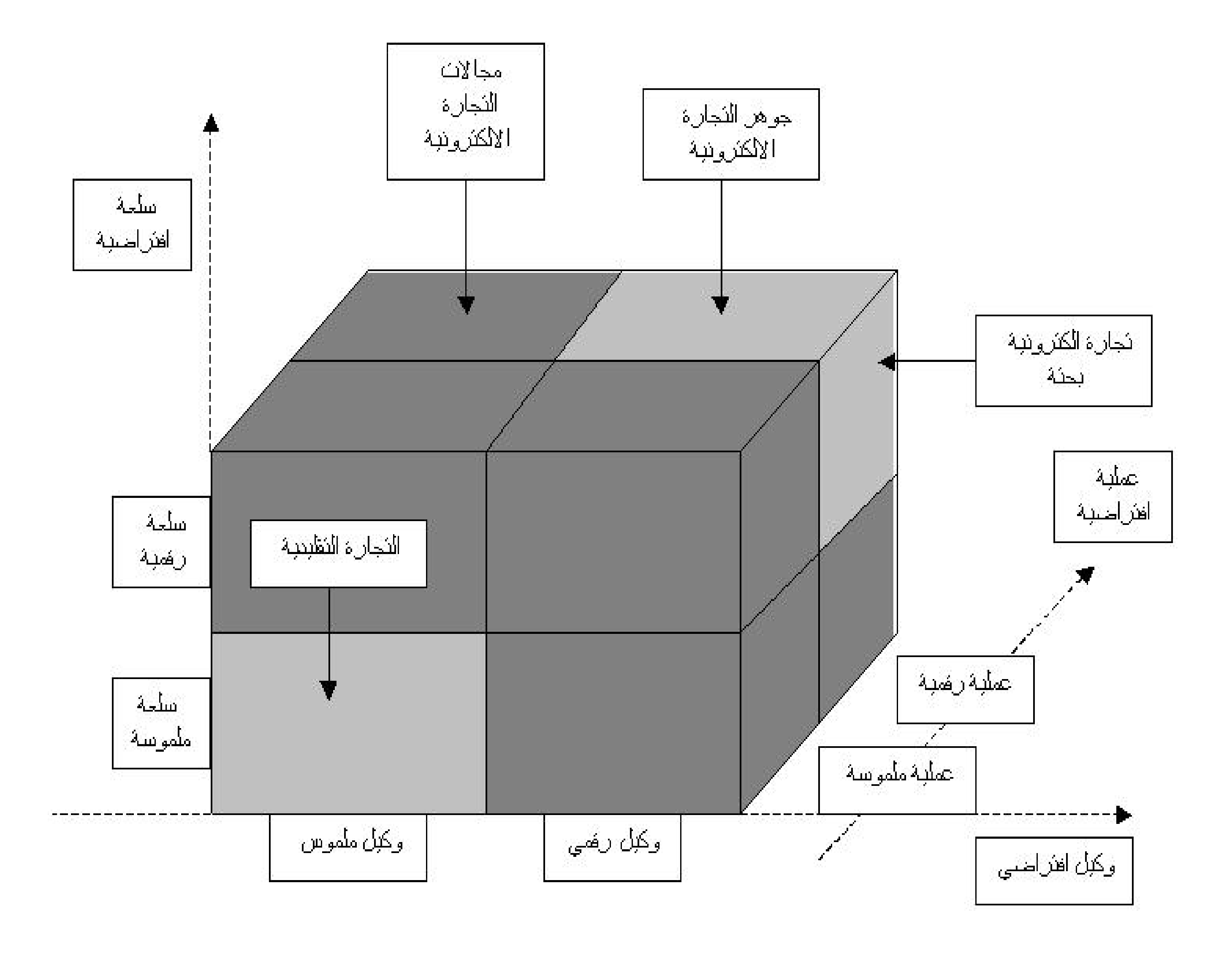
-**قواعد البيانات المتقاسمة** :وفيها أن المعلومات المخزنة في قواعد البيانات تكون قابلة للمعاينة من قبل جميع الأطراف المشاركين في التجارة. والغرض من هذا التقاسم هو التقليل من الوقت اللازم لارسال البيانات واستقبالها اذا لم تكن البيانات مفتوحة للجميع. والمقاسمة تجري عبر الشبكات الاضافية.

-**ادارة سلسلة التزويد**: Supply Chain Management وهو التعاون ما بين الشركات ومزوديها ومستهلكيها في مجال التنبأ بالطلب وادارة قائمة الجرد وإنهاء الطلبات التجارية وهو التعاون الذي يؤدي إلى خفض البضائع المخزونة وإلى تسريع شحن البضائع وإلى السماح بالتصنيع الآني.

***الفرق ما بين التجارة الالكترونية البحتة والتجارة الالكترونية الجزئية**:

هناك عدة أشكال للتجارة الالكترونية اعتمادا على درجة تقنية المنتج وعلى تقنية العملية وعلى تقنية الوسيط أو الوكيل. انظر الصورة التالية:

فأي سلعة إما أن تكون ملموسة أو رقمية، وأي وكيل إما أن يكون ملموس أو رقمي وأي عملية إما تكون ملموسة أو رقمية. وبناءا على ذلك، لدينا شكل مكعب يحوي 8 مكعبات مقسومة ما بين الأجزاء الثلاثة.



فالتجارة تنقسم إلى 3 أقسام:

(1)تجارة تقليدية بحتة
(2)تجارة الكترونية بحتة

(3)تجارة الكترونية جزئية

وعندما يكون الوكيل ملموس، والسلعة ملموسة والعملية ملموسة، فإن نوع التجارة سيكون التجارة التقليدية البحتة. وعندما يكون الوكيل رقمي والسلعة رقمية والعملية رقمية، فإن نوع التجارة سيكون التجارة الالكترونية البحتة.

واذا أحد العوامل الثلاثة أصبحت رقمية والبقية ملموسة، فإنه سيكون هناك مزيج ما بين التجارة التقليدية والتجارة الالكترونية. ونطلق على هذا المزيج: التجارة الالكترونية الجزئية.

مثلا، اذا اشتريت كتابا من موقع أمازون، فإن نوع التجارة هو التجارة الالكترونية الجزئية لأن الشركة سترسل لك الكتاب على البريد. ولكن اذا اشتريت برمجيات من موقع أمازون، فإن نوع التجارة هو التجارة الالكترونية البحتة لأن الشركة سترسل لك البرمجيات عن طريق الانترنت أو الايميل. مجال التجارة الالكترونية واسع، فحتى عملية شراء علبة الكولا من جهاز بواسطة البطاقات الذكية يكون ضمن التجارة الالكترونية الجزئية.

==

ملف هابي بَبيHappy Puppy

من الصعب الحصول على أرباح جيدة من خلال بيع الألعاب الالكترونية خصوصا للشركات المستقلة. فهذه الألعاب تمر بقنوات تسويقية كثيرة، وكل قناة تلتهم جزءا من الأرباح، وفقط القليل يبقى ويذهب إلى مؤلف اللعبة ومخترعها. فمؤسسي شركة هابي ببي مروا بخلال هذه التجربة إلى أن قرروا استعمال الانترنت من أجل بيع الألعاب إلى المستهلكين بصورة مباشرة. وفي خلال أقل من سنة، أصبحت الشركة قصة نجاح.

موقع الشركة على الانترنت بدأ في عام 1995. والشركة هي إحدى أولى الشركات في استخدام التجارة الالكترونية. ويتم الاستفادة من الانترنت بالطريقة التالية: يتم اظهار ووصف بعض برمجيات الألعاب الالكترونية على موقع الشركة على الانترنت. هذه الألعاب من تصميم الشركة أو شركات أخرى ترغب بالاستفادة من موقع الشركة على الانترنت. وهذه الألعاب تكون على هيئة shareware أو demo أو .freeware فيقوم كل زائر لذلك الموقع بتنزيل بعض الألعاب مجانا على جهازه بواسطة الانترنت وتجربة اللعبة. فإن أعجب الزائر باللعبة، يقوم بشراءه النسخة الأصلية والكاملة من اللعبة.

موقع الشركة على الانترنت معروف جدا: Happy Puppy .يتم تنزيل ملايين النسخ من الألعاب شهريا من موقع الشركة. ويبحث موظفي الشركة الكثير من المنتديات المختصة بالالعاب الالكترونية. واذا رأوا بأن أحد الافراد يسأل عن لعبة ما، يتم ارسال ايميل إلى صاحب السؤال ودعوته إلى زيارة موقع الشركة لاحتواءه على اللعبة أم فقط يقوم الموظف بوضع الوصلة إلى اللعبة في ذلك المنتدى.

ونتيجة لهذه الشهرة، فإن الشركة أصبح لديها مصدر دخل آخر: الإعلانات التجارية التي يتم وضعها على موقع الشركة. وأيضا، فإن الموقع يسمح للزوار بتنزيل الألعاب فقط بعد تعبئة بعض من الاستبانات ومن ثم تقوم الشركة ببيع نتائج الاستبانات على الشركات المهتمة بالأمر.

==

الواجب المنزلي

ادرس تأثير التجارة الالكترونية على صناعة الطيران وعلى صناعة الكتب من النواحي التالية:

-1-المنافسة

-2-أسعار التذاكر والكتب

-3-الوسطاء

أسئلة ونقاش عام على الدرس الأول

كيف نثق بالموقع الذي نشتري منه؟
لا بد من أن يوفر لك الموقع الذي تنوي الشراء منه، شهادة أمان معتمدة تظهر لك في موقعهم حتى يحمي معلومات البطاقة الائتمانية التي تتعامل فيها معهم للشراء من موقعهم. ولا بد أيضا من توفر السمعة الحسنة للموقع. فليس من الحكمة شراء شيء من موقع تجهل تاريخه وسمعته.

وكيف الحصول على شهادة الأمن والحماية؟
http://www.Thawte.com هذا الموقع يوفر لك شهادة حماية في SSL وهي من متطلبات أي موقع تجاري.

وأيضا مواقع الاستضافة توفر لك تلك الحماية بكل سهول.

هل هنالك فرق بكمية الربح بين التجارة الالكترونية البحتة والتجارة الالكترونية التقليدية؟

الربح والخسارة يعتمدان على عوامل عديدة. فالربح يتكون من عنصرين مهمين: عنصر "حجم المبيعات" وعنصر "كلفة المبيعات". ففي التجارة الالكترونية البحتة تكون كلفة المبيعات قليلة جدا مقارنة بالتجارة التقليدية أو الالكترونية الجزئية. فهل ستحتاج إلى مبالغ ضخمة من أجل إنشاء مستودعات حقيقية لبرمجياتك؟ أم فقط ستحتاج إلى القليل من الميغابايت بأسعار رخيصة جدا لحفظ هذه البرمجيات؟

كما أن كلفة الأيدي العاملة لا تذكر في حالة التجارة الالكترونية البحتة حيث أن النظام الالكتروني يتكفل بارسال المبيعات ومعالجتها بدون أي تدخل بشري (إلا نادرا). وهذا من ناحية كلفة المبيعات. ولكن مايزال حجم مبيعات التجارة الالكترونية صغير جدا مقارنة بحجم مبيعات التجارة التقليدية وذلك لأسباب عديدة سنتناولها في الدروس القادمة إن شاء الله. فلذلك، إجابة على السؤال نقول بأن كلفة المبيعات في التجارة الالكترونية البحتة تكون صغيرة جدا، وفي حالة ارتفاع حجم المبيعات فيها، فإن الربح النهائي سيغطي على نشاط التجارة التقليدية. ولكن هذا أمر نادر الحدوث حتى الآن.

اخوي بسام هناك عنصران اعتقد انهم راح يؤثرون على
تقدم التجارة الالكترونية او بمعنى اصح الاسواق الالكترونية
الاول الامان والثاني المعاينة مشاهدة السلعة قبل شرائها
طبعا ذكر المزايا لا يفي بالغرض هناك اشياء لا بد ان تشاهدها
عن قرب ما رايك

موضوع الأمن التقني ناقشناه سابقا فليرجع له. أما بخصوص المعاينة فذلك يعتمد على السلعة نفسها. ففي بعض المواقع التجارية التي تبيع الكتب يُسمح لك بقراءة صفحات عديدة من الكتاب لكي تعاين الكتاب قبل شراءه. ونفس الأمر ينطبق على البرمجيات حيث يُسمح لك بتنزيل البرنامج واستعماله لفترة محددة سلفا. فإن أعجبك البرنامج اشتريته وإن لم يعجبك فإن البرنامج سيتوقف عن العمل بعد فترة وجيزة.

ولكن المعاينة تكون صعبة جدا أو مستحيلة اذا أردت شراء أثاث للمنزل أو شراء أدوات منزلية. فمن الصعب جدا معاينة السلعة في هذه الحالة قبل شرائها. ولذلك يعمد الباعة على منحك حرية ارجاع السلعة في حالة عدم رغبتها بعد فترة معينة من الزمن كأن يشترط البائع بأن البضاعة المباعة قابلة للاستبدال أو الارجاع بعد شهر من تاريخ البيع. فحينها تستطيع معاينة السلعة وارجاعها إن لم تعجبك. طبعا معاينة السلعة قبل شرائها هو الأفضل في كل الأحوال.

هل يغلب طابع ادارة الآعمال أم العلوم الحاسوبية على التجارة الالكثرونية؟
التجارة الاكترونية تجمع الاثنين وتدرس في الجامعات باسم نظم المعلومات اي قسم يجمع بين ادراة الاعمال وبعض الشي من البرمجة الحاسوبية

مالمقصود بـ ملموس أورقمي؟

ملموس : يعني شيء تلمسه بيدك مثلا السلعة التي تنوي شرائها جهاز فيديو إذن سيصلك جهاز فيديو تستخدمه في منزلك وتستطيع لمسه!
رقمي:مثلا تشتري برنامج عبر الانترنت تستخدمه في جهازك دون أن يصلك السي دي ، أي مجرد

تسجيل للبرنامج تدفع لهم المال ويعطونك الصلاحية لاستخدام البرنامج، يا ترى هل لمست البرنامج بيدك؟ لا !! إنه مجرد برنامج على الجهاز ، إذن هذا رقمي

رقمي عبر شبكة الانترنت .. برامج العاب .. كتب الكترونية
ملموس .. شيء يتم لمسه باليد .. مثلا حلويات .. اكسسوارات .. جهاز كمبيوتر

نقاشات الأستاذ بسام مع الطلبة

هنا سيقوم الاستاذ بسام بوضع الاسئلة للطلبة ليقوموا بالتعليق عليها .... ثم يناقشها فى نهاية الدرس ستكون اسئلة الاستاذ بسام مميزة باللون الاحمر .... وفى النهاية ستجدوا تعليق الاستاذ .

أعطوني أمثلة على الأسواق الالكترونية

-1-مكتبة النيل والفرات
-2-مكتبة الامازون
-3-اسواق ياهو في موقعهم الرسمي.
-4-موقع كارلتون
-5-موقع نسيج
-6-اسواق الكويت الالكترونية
http://www.awalclick.com/terminal.php?gate=27
-7-http://gifts.syriagate.com/Arabic/ هدايا إلى سورية
يتضمن هذا الموقع الكثير من السلع مثل : الزهور .. الحلويات .. الادوات الالكترونية .. ادوات منزلية .. كتب ..
حاليا يوفر خصومات على بوكيهات الورود ..
بامكانك طلب اي سلعة غير متوفرة بالموقع و يتم توفيرها باسرع وقت
التجارة هنا تعتبر " الكترونية جزئية " ..
يمكن الدفع بواسطة بطاقات visa Card أوMaster Card

اشرح في سطر أو سطرين السوق الالكترونية الجارية في موقع ياهو

في البداية لكل من يريد التوجه إلى اسواق ياهو فإن هذا هو موقعها http://shopping.yahoo.com/
وهو في وجهة نظري يعتبر مركز تسوق عالمي أستطاع التغطية على كل الجوانب فهو يحتوي على منتجات متنوعة ما بين قسم الكمبيوتر بكل تفاصيله سواء البرامج أو قطع العتاد إلى الملابس سواء كانت للنساء أو الأطفال أو الرجال وأيضا نجد لديهم كل ما يتعلق بالإكسسوارات والماكياج وأجهزة الفيديو والألعاب والكتب وكل ما تريده سوف تجده هنالك
فأسواق ياهو تعتبر مركز تجاري الكتروني كبير وضخم ، وللعلم فإنهم يقومون بخصومات مميزة بين فترة وأخرى.

ونستطيع القول بأن أسواق ياهو تعتبر تجارة الكترونية جزئية حيث أن العملية ملموسة فيها لهذا يعتبر جزئي.

فانه يتم خلال هذا الموقع .. توفير عدة أسواق الكترونية عربية .. و خليجية .. باللغة الانجليزية و العربية .. لديهم خدمة التوصيل للمنازل لاي مكان بالعالم " تجارة الكترونية جزئية " .. و خدمة التجارة الالكترونية البحته .. حيث تتم المعاملة و اختيار السلعة و الحصول عليها عن طريق النت ..
يتم التسوق عن طريق البطاقة الائتمانية .. اما السلع فهي منوعة من كتب و هدايا و برامج.

كيف تتم السوق الالكترونية في موقع نسيج

تتم عن طريق الوساطة مابين الشركات المنتجة والمشترين
الوسيط هو موقع نسيج

يوجد على الانترنت 3 محلات:
(1)محل لبيع الكتب
(2)محل لبيع الأثاث
(3)محل لبيع الكمبيوتر

أيهم تتوقع أن ينجح أكثر من البقية؟ ومع التعليل والتعليق على كل محل وسبب توقعك لنجاحه أو لفشله

إجابات الطلبة:
محلات بيع الكتب سوف تنجح أكثر.. فالكتب هي الاكثر رواجا على شبكة الانترنت على ما اظن لعدم توفرها بكثرة او لسهولة البحث عنها على الشبكة..

سأرتب المواقع ترتيبا تنازليا من الاعلى ربحا - الاقل ربحا

(1)محل لبيع الكتب
(2)محل لبيع الكمبيوتر
(3)محل لبيع الأثاث

التعليل :-
(1)الكتب .. إما ستكون الكترونية فيسهل نقلها .. بالتالي توفر الشركة وقت و جهد و موظفين و اسعار جمارك و نقل ..
و إما ان تكون كتب ملموسة .. بالتالي نقلها و لانها ليست بذات الحجم الاكبير .. سيتطلب مبلغا يسيرا من المال.

(2)الكمبيوتر .. الطلب عليه كبير .. خاصة إن كانت الشركة عالمية .. حيث يتم الوثوق بها كثيرا ..و الشخص هنا لا يطلب الشكل بل المواصفات .. بامكانه اختيار المواصفات المطلوبة و انتقائها من الموقع .. دون الحاجة للبحث عنها باكثر من سوق تقليدي

(3)الاثاث .. الطلب عليه الكترونيا قليل .. التأخر بالتوصيل يتطلب شحن .. و جمارك و سيارات لنقله .. و ايضا مواقع التجارة الالكترونية للاثاث قليلة .. كما أن الناس و بالاخص ربات البيوت يفضلن انتقاء الاثاث وجها لوجه .. لملامسته و التاكد من صلاحيه و شكله و الوانه

اعتقد ان نجاح المحلات كالتالي:
-1-محل لبيع الكمبيوتر
-2-محل لبيع الكتاب
-3-محل لبيع الاثاث

طبعا محل بيع الكمبيوتر هو الاول بدون جدال لان الحصول على مواصفات اي جهاز او قطع تابعه للجهاز تكون الحصول على مواصفاتها اكبر بالنت

بالنسبة لسوق الكتب ممكن ان كان المقصود بها كتب الكترونية طبعا انتشارها راح يكون اكبر من الكتب العادية لكن يظل من محاسن محلات الكتب الالكترونية بالنت الحصول على كتب قد تكون نادرة او غير متوفرة بالبلد المقيم الشخص به

الاثاث مدري والله بس اظن اشياء مثل كذا الاغلبية يفضل انه يعاينها بنفسه مو عن طريق النت

أتوقع محل بيع الكتب
فأسعار الكتب أرخص نسبيا
وتتيح أغلب الشركات مجالا لأخذ فكرة عن محتويات الكتاب

عموما حتى عند الشراء من مكتبة ملموسة نحصل على نفس المزايا
مع ملاحظة زيادة الحرية في الموقع من ناحية الوقت و اتخاذ القرار

بالنسبة للأثاث أعتقد أنه كلما قلت شهرة الشركة ستقل المبيعات

كما للكمبيوتر إلا في حال وجود ضمان موثوق به
فالكمبيوتر يعتمد على مواصفات محددة ومطلوبة
أما الأثاث يعتمد على التصميم واللون وأحيانا الملمس
بالتالي سيكون الترتيب من حيث أفضلية المبيعات

الكتب
الكمبيوتر
الأثاث

اعتقد بيع الكتب
الاجهزة لا اعتقد تاخذ ذلك النجاح ربما لوجود وكلاء لكافة
اجهزة الكمبيوتر والقطع بكل دولة ولكن الكتب من الصعوبة الحصول
على بعض الكتب وايضا لا ننسى ان بعض الكتب قد تكون رقمية
وبذلك توفر عليك قيمة الشحن والمصاريف الاخرى واسعارها في متناول الجميع

بالنسبة للمحلات التي ذكرتها بسام فنجاحها من الأكثر سوف يكون كالتالي:

-1-محل بيع الكتب(ناجح لدرجة كبيرة تصل ربما إلى 99%)
والسبب هو أنني حينما أريد شراء كتاب فإنني حينما أبحث عن كتاب فماذا أريد؟
فهرس للكتاب ، واسم الكاتب و عدد صفحات الكتاب ونبذة عن الكتاب وسعره بالطبع!
فقط هذا ما أريده لذلك كل تلك الأمور متوفرة في الموقع الذي يبيع الكتب ولهذا سوف أشتري منه دون أي تردد .
ولأنني حينما أبحث عن كتاب فإنني لا أريد أن انتظر كثيرا حتى يتم وصوله إلى المكتبات المحلية بل سوف أبحث مباشرة عنه في المواقع العالمية الالكترونية المختصة بالكتب وسأجد ما أريد بسهولة فهي مواقع عالمية!
إذن سبب شرائي للكتب هو الثقة بوجود ما أريد في الموقع ومعرفتي مسبقا بعدم وجوده بالمكتبات المحلية بسبب حداثة الكتاب.
+
لن يطلب المحل الكثير من المال كعمولة توصيل للبيت.

-2-محل لبيع الكمبيوتر(ناجح بدرجة 50%)
الآن في كل مكان نجد محلات الكمبيوتر ، لا يخلو أي شارع في شوارع أي مدينة من محلات الكمبيوتر فهو أصبح بعدد مطاعم كل مدينة(بل أكثر!)
نعم هذا هو ما أقصده بأنه أسهل لي أن أتوجه إلى محل الكمبيوتر وأختار منه ما أريد واشتريه مباشرة وبهذا أضمن بأن عملية تصليح الكمبيوتر ستكون في ذلك المحل فهو أدرى بالأجهزة التي تُباع عنده وهذا يعطيني ثقة أكثر فأنا لا أريد شراء كمبيوتر لا توجد محلات صيانة له في المدينة ، وفي الواقع كل ما يعرض في سوق الانترنت متوفر في أرقى محلات المدينة فلماذا انتظر كثيرا إلى أن يأتي الجهاز عبر السوق الالكتروني وربما اتفاجأ بأنه كان عكس ما اريد وبالتالي لا استطيع ارجاعه بعكس لو كان الجهاز مغشوشا من المحل فإنني أستطيع التفاهم مع صاحب المحل.
+
سوف يأخذ مني المحل عمولة متوسطة لتوصيل الجهاز للبيت.

-3-محل لبيع الأثاث(فاشل)!
نحن كعرب(والتركيز على كلمة عرب) لا نحب شراء أثاثنا إلا بعد أن نتفحصه جيدا وندقق فيه كثيرا ، سواء على خامة الأثاث ولونه أو حتى حجمه ونجربه أحيانا(اقصد إذا كان كرسي بالطبع نجلس عليه) نحن العرب أهل ذوق!
نتعب كثيرا في إيجاد ما يزين بيوتنا فكيف نشتري شيئا بمجرد النظر إليه عبر شاشة الكمبيوتر فربما كان

اللون مختلفا أو حتى كان حجمه أكبر مما تتسع له غرف الصالة لو كان عبارة عن طقم كراسي لهذا لن نثق بمحلات بيع الأثاث عبر الانترنت.
+
توجد تكلفة كبيرة في عملية توصيل الأثاث للبيت ربما فاقت سعر الأثاث نفسه ولا تنسوا الضريبة!(بعض الدول تأخذ ضريبة على مثل تلك الأمور)!(من يريد دفع الكثير من المال لمجرد توصيله)!!!

1-مواقع بيع الكتب
اولا بسبب امكانية بحث افضل
ثانيا رخص الاسعار عن املكتبات
ثالثا توفيرا لووقت
رابعا و الاهم في رأي صعوبة الحصول على بعض الكتب في المكتبات و ايضا الكتاب اينما وجد فهو نفس الكتاب يعني لا تزوير او تلاعب هو انضرب الكتاب يحتاج لصيانة

2-مواقع بيع الكمبيوتر
اولا لأن وكلات الكمبيوتر في بعض الدول غير موجودة او نادرة مثال هنا في سورية لحد الان لا يوجد وكالة لكومباك فالافضل هو الطلب مباشرة من الشركة
ثانيا في حال وجود وكالة و في اغلب الدول تكون موجودة يتم طلب الكمبيوتر او القطع المطلوبة عن طريق الشركة الرئيسية
ثالثا لسرعة انتشار احث المواصفات

3-مواقع بيع الاثاث
اولا ممكن تنجح لو شركة معروفة جدا بدا توفر على تفسها فتح فروع في عدة اماكن اي شركة موثوقة لحد كبير
ثانيا موضوع الاثاث يمكن التلاعب فيه بشكل كبير لذلك اي منا ينزل بنفسه ليعاين القطع

اتمنى انو يكون صح

من وجهة نظري ان ترتيب الافضلية للثلاث محلات يختلف من دوله الي اخري وذلك بالطبع متوقف علي عدة اشياء منها مستوي دخل الافراد و المستوي العلمي والثقافي للمواطنين

فيمكن القول بأن ترتيب المحلات حسب الافضلية فيما يتعلق بالدول المتقدمه قد يكون كالتالي:

-1محل الكمبيوتر
لانهم بالطبع يهتمون بالحصول علي الافضل دائما والاحدث

-2محل للكتب
نظرا لارتفاع المستوي الثقافي بالاضافة الي سهولة الحصول عليها

-3محل بيع الاثاث

في حين أن هذا الترتيب قد يتغير اذا ما كنا بصدد الحديث عن دول العالم الثالث مثلا:
فقد يصبح الترتيب كالتالي

-1محل الكتب
نظرا لانخفاض السعر اذا ماقورنت بالكمبيوتر والاثاث فضلا عن سهولة الحصول عليها سواء في صورة كتب اليكترونية او كتب ورقية

-2محل الكمبيوتر
لان الاهتمام بهذا النوع سيكون من قبل شريحة صغيرة من المجتمع وهم القادرين علي تحمل كافة النافقات الازمه للحصول علي الجهاز

-3محل الاثاث
وذلك بالطبع لانه من الاشياء التي تعتبر عملية انتقالها من مكان اللي اخر صعبه ومكلفة

الترتيب أولاً ثم التعليق :
(1محل لبيع الكتب
(2محل لبيع الكمبيوتر
(3محل لبيع الأثاث

التعليق ؟
اعتمدت في ترتيبي على شيء واحد فقط هو "حجم السلعة من الناحية المادية و المعنوية" ....
الكتاب هو الأقل حجماً و الأقل سعراً .....
يليله جهاز الحاسب
و أخيراً الأثاث "على فرض أنني سأطلب أثاث لغرفة كاملة !" هو الأعلى ثمناً و الأكبر حجماً .

لماذا اعتمدت على هذا المتغير بالتحديد ؟
لأن التجارة بشكل عام ، و التجارة الإلكترونية بشكل خاص ، تعتمد على الزبون !
و من وجهة نظري كزبونة ، فإنني لا أبالي بشراء قطعة صغيرة الحجم و الثمن ، للأسباب التالية - تمثيلاً لا حصراً :
*لن أبكي كثيراً إذا ضاعت السلعة في الطريق ! ==> "على فرض أن الثقة في التجارة الإلكترونية لم تصل لـ 100% حتى الآن" .
*نسبة احتمال تحطم السلعة سيصبح أقل كلما قل حجم السلعة.

أخيراً .... أعلم أن أستاذي مهوس بالأرقام الاحصائية، لذلك سأحاول أن أبحث عن احصائيات متعلقة بهذا الموضوع لعلها تفيدنا

تعليق الأستاذ بسام على الإجابات

س1: هل هناك فرق بكمية الربح بين التجارة الالكترونية البحتة و التجارة التقليدية .. و أيهما أفضل ؟

ج1: نظريا فإن التجارة الالكترونية البحتة يجب أن تكون أكثر ربحا لأسباب كثيرة سنتناولها في الدرس الثاني والثالث. ولكن من خلال التجربة والواقع اتضح بأن القليل من الشركات ذات التجارة الالكترونية البحتة أنتجت أي أرباح. لماذا؟ لسبب بسيط جدا: من قام بانشاء الشركات التجارية الالكترونية البحتة ظن بأنه بالامكان الربح فقط من خلال تكوين موقع على الانترنت والبيع من خلاله، وبدون أي معرفة سابقة بالتسويق والادارة والتمويل. والنقص في في هذه المجالات من الخبرة، أدت إلى اختفاء الكثير من الشركات الالكترونية البحتة. ولكن يتوقع الخبراء أن الكثير من الشركات استفادت من الدرس، وأن في السنوات القادمة سنرى أرباحا في التجارة الالكترونية البحتة.

والذي أعجبني في ردود الطلبة هو فهمهم وادراكهم بأن التجارة الالكترونية البحتة تؤدي إلى خفض تكاليف البيع وبذلك رفع الأرباح. فهذا هو أهم فوائد التجارة الالكترونية. ويسعدني أن الكثير منكم أدرك هذه النقطة المهمة

==

س3: مالمقصود ملموس أورقمي؟

ج3: الملموس ما يمكن لمسه من السلع والمنتجات. ويسمى أيضا مادي أو .physical أمثلة: تلفزيون أو كتاب أو أي شيء له حدود. رقمي يقصد به السلعة أو المنتج الذي لا يمكن لمسه. أي Digital وأمثلة: الكتاب الالكتروني أو الأخبار المباعة على النت. فأنت لا تستطيع أن تمسك بالكتاب الالكتروني.

==

س4: هل يغلب طابع ادارة الآعمال أم العلوم الحاسوبية على التجارة الالكثرونية؟

ج4: أحد أهم أسباب عدم انتشار التجارة الالكترونية بالصورة المطلوبة هو الاهتمام بالجانب التقني من الموقع ونسيان الجانب التسويق والاداري والمالي. ادارة الأعمال يجب أن تغلب على الطابع التقني من الموقع لكي يصبح الموقع قابلا للبيع على الانترنت.

==

س5: يوجد على الانترنت 3 محلات:
(1محل لبيع الكتب
(2محل لبيع الأثاث
(3محل لبيع الكمبيوتر

أيهم تتوقع أن ينجح أكثر من البقية؟ ومع التعليل والتعليق على كل محل وسبب توقعك لنجاحه أو لفشله

==

ج5: بالترتيب، من الأنجح إلى الأرسب:
أولا: محل لبيع الكتب
ثانيا: محل لبيع الكمبيوتر
ثالثا: محل لبيع الأثاث

ملاحظة: وضعت علامة صح لكل من وضع محل الكتب أو محل الكمبيوتر في المقدمة. ولكني وضعت علامة خطأ لكل من وضع محل الأثاث في المركز الأول أو الثاني.

هنا سنحلل ظاهرة معينة. في أثناء ثورة الانترنت، ظن الكثير من الناس أن بامكانهم أن يبيعوا كل شيء وأي شيء عبر الانترنت. وأحد هذه الأفكار "العبقرية" كانت بيع الأثاث عبر الانترنت. ولكن في فترة قصيرة، قامت هذه الشركات باغلاق محلاتها عبر الانترنت لأنها لم تنجح بتاتا. لماذا؟ الزبون الذي يريد أن يشتري سرير مثلا، يود أن يجرب السرير وأن يلمسه قبل أن يشتريه. ألا توجد أن تجلس على السوفا أولا قبل أن تشتريه؟ ألا تريد أن تعاين ملمس طاولة الأكل أولا؟ فكل هذه الأمور مهمة بالنسبة للزبون، ولكن بعض الناس اختاروا أن يتجاهلوا هذا الواقع. فما كانت النتيجة؟ هو إنهم خسروا. الغرض من هذا السؤال هو بيان بأنه ليس كل شيء يصح بيعه على الانترنت. وبذلك تستطيعون التنبأ إن كانت ستعيش فكرة ما أم لا.

==

نراكم مع الدرس الثاني 🙂

واجـــــــــــب الـــــــــــــــيوم

ادرس تأثير التجارة الالكترونية على صناعة الطيران وعلى صناعة الكتب من النواحي التالية:

-1المنافسة
-2أسعار التذاكر والكتب
-3الوسطاء

سأشرحه أكثر :

من أكثر أنواع التجارة تأثرا بالتقنية هو تجارة الطيران وتجارة الكتب.

لننظر تجارة الطيران التقليدية أو كيف كانت تتم سابقا. في السابق، فإن أردت أن تشتري تذكرة سفر، عليك الذهاب إلى وكالة سفر من أجل شراء التذكرة. ووكالة السفر عبارة عن وسيط ما بين الزبون وشركة الطيران. فيحصل الوسيط على عمولتين: واحدة من شركة الطيران، وأخرى من الزبون نفسه. فالشركة تدفع لوكالة السفر لأن الوكالة تسوق لتذاكرها. والزبون يدفع للوسيط لأنه سيحصل على أفضل الأسعار في محطة واحدة (يقوم الوسيط بمقارنة أسعار تذاكر الشركات مع بعضها البعض، ويقترح أفضلها للزبون، فلا يحتاج الزبون أن يتحرك من موقع لآخر من أجل المقارنة.)

والآن ومع دخول التقنية عالم الاقتصاد، ما هو تصورك لأسعار تذاكر الطيران؟ هل ستنخفض أم ترتفع أم تبقى كما هي؟ وهل سيزداد عدد وكلاء السفر أم سينخفض أو سيكون كما هو؟ والمنافسة؟ هل ستشتد المنافسة ما بين شركات الطيران أم ستقل؟ مع التعليل لكل حادثة بالطبع

ولنرى الآن تجارة الكتب التقليدية. وهي شبيهة بتجارة الطيران. توجد لدينا 3 أطراف:

1) الوسيط وهو محل بيع الكتب
2) الزبون
3) الشركة الناشرة للكتاب

الوسيط يحصل على عمولة من الشركة الناشرة لبيع كتبها في محلها. ويأتي الزبون ويشتري من محل الكتاب. هذه هي الصورة التقليدية.

والآن انظروا إلى موقع أمازون مثلا. وفتح موقع أمازون، ما هو تأثيره على أسعار الكتب؟ ارتفعت أم انخفضت؟ وهل زادت أم خفضت المنافسة في بيع الكتب؟ والوسيط ما حل له؟ مع التعليل بالطبع

كيف الآن؟ واجب سهل صح؟

** انتهى اليوم الاول **

تصنيف مجال التجارة الالكترونية وعلومها

- ### تصنيف مجال التجارة الالكترونية من خلال طبيعة المعاملات:

-الشركة للشركة :Business-to-Business وهو البيع والشراء ما بين الشركات. وأغلب معاملات التجارة الالكترونية تنصب في هذه الخانة وفي مجملها هي أنظمة المعلومات ما بين المنظمات وتعاملات الأسواق الالكترونية ما بين الشركات.

-الشركة للمستهلك :Business-to-Consumer وهو بيع المنتجات والخدمات من الشركات للمستهلك. وتعاملاتها من خلال بيع التجزئة للمستهلك. شركة أمازن وبيعها الكتب للمتسهلك تعتبر من ضمن هذه الخانة.

-المستهلك للمستهلك :Consumer-to-Consumer في هذا الخانة، فإن المستهلك يبيع لمستهلك آخر بصورة مباشرة. والأمثلة تشمل عندما يقوم مستهلك ما بوضع اعلانات في موقعه على الانترنت من أجل بيع الأغراض الشخصية أو الخبرات. وأيضا هناك مجال المزادات على الانترنت من مثل.Ebay

-المستهلك للشركة :Consumer-to-Business هذه الخانة تضم الأفراد الذين يبيعون منتجات أو خدمات للشركات.

-تجارة الكترونية غير ربحية :Nonbusiness EC الكثير من الشركات غير الربحية مثل المؤسسات الدينية والاجتماعية تستعمل أنواع مختلفة من التجارة الالكترونية من أجل خفض تكاليف ادارة المؤسسة أو لتحسين ادارة المؤسسة وخدمة الزبائن.

-التجارة الالكترونية ما بين المؤسسات: هذه الخانة تشمل جميع النشاطات الداخلية للمؤسسة والتي غالبا ما تتم على على الشبكة الداخلية للشركة والتي تشمل تبادل المنتجات أو الخدمات أو المعلومات. وهذه النشاطات تمتد من بيع منتجات الشركة إلى الموظفين إلى النشاطات التي تهدف من الحد من كلفة ادارة المؤسسة وتدريب العاملين باستخدام الشبكات.

عملية التسويق الالكتروني:

من أجل اجراء عمليتي البيع والشراء فإن هناك عملية ما يجب أن تحدث. هذه العملية موضحة في الرسمة في الأسفل. ويلاحظ بأنه اذا كان البائع مؤسسة أو زبون دائم فإن بعض من هذه العمليات تقل أو تتغير. سنوضح ذلك أكثر لاحقا.

تاريخ موجز للتجارة الالكترونية:

تطبيقات التجارة الالكترونية بدأت في أوائل السبعينات من القرن الماضي وأكثرها شهرة هو تطبيق التحويلات الالكترونية للأموال .Electronic fund Transfers ولكن مدى هذا التطبيق لم يتجاوز المؤسسات التجارية العملاقة وبعض من الشركات الصغيرة. وبعدها أتى التبادل الالكتروني للبيانات EDI والذي وسع تطبيق التجارة الالكترونية من مجرد معاملات مالية إلى معاملات أخرى وتسبب في ازدياد الشركات المساهمة في هذه التقنية من مؤسسات مالية إلى مصانع وبائعي التجزئة ومؤسسات خدماتية وأخرى.

تطبيقات أخرى ظهرت أيضا من مثل بيع وشراء الأسهم تذاكر السفر على الانترنت وعلى شبكات خاصة. مثل هذه الأنظمة كانت تسمى بتطبيقات الاتصالات السلكية واللاسلكية وقيمها الاستراتيجية كانت معلومة وظاهرة للعيان. ومع جعل الانترنت مادة مالية وربحية في

التسعينات من القرن الماضي وانتشارها ونموها إلى الملايين من البشر فإن مصطلح "التجارة الالكترونية" خرج للنور ومن ثم تم تطوير تطبيقات التجارة الالكترونية بصورة كبيرة. أحد الأسباب التي أدت إلى النمو الكبير في عدد تطبيقات التجارة الالكترونية هو بسبب تطوير الشبكات والبروتوكولات والبرمجيات. وسبب آخر لهذه الزيادة هو نتيجة لازدياد حدة المنافسة ما بين الشركات. ومن عام 1995 إلى عام 1999 شاهدنا الكثير من التطبيقات المبدعة والتي تتمثل في الاعلانات على النت والمزادات وحتى تجارب الواقع الافتراضي. لدرجة أنه كل شركة كبيرة أو متوسطة الحجم أنشئت لها موقع على شبكة الانترنت. والكثير منها لديها مواقع مليئة بالمعلومات. مثلا، في عام 1999 أنشئت شركة جينيرال موتورز General Motors أكثر من 18000 صحفة من المعلومات على موقعها http://www.gm.com وتحوي على 98000 وصلة إلى منتجات الشركة وخدماتها ووكلائها.

الطبيعة العلمية المتعددة للتجارة الالكترونية:

ولأن التجارة الالكترونية تعتبر علم جديد في مجال جديد، فإنها مازالت تطور مبادئها العلمية والنظرية. فهو واضح للعيان بأن التجارة الالكترونية تعتمد على بعض من العلوم المختلفة:

(1التسويق: الكثير من الأمور التي لها علاقة بالتسويق في العالم الطبيعي نجد له علاقة في عالم الانترنت من مثل الاعلانات.

(2علوم الكمبيوتر: يتحتم أحيانا التمكن من لغات البرمجة والشبكات من أجل تطوير واستخدام مواقع وإنشاء السوق الالكترونية.

(3نفسية وسلوك المستهلك: سلوك المستهلك هو مفتاج النجاح في تجارة الشركة للمستهلك. وأيضا سلوك المشتري له أهمية.

(4علم الموارد المالية: تعتبر البنوك والأسواق المالية من أهم مستخدمي التجارة الالكترونية. كما أن الاتفاقات المالية تأخذ حيزا كبيرا في عالم النت.

(5علم الاقتصاد: تتأثر التجارة الالكترونية بالقوى الاقتصادية ولها تأثير قوي على اقتصاديات العالم واقتصاديات الدول.

(6ادارة أنظمة المعلومات: قسم أنظمة المعلومات هو القسم المسؤول عن استعمال وادارة التجارة الالكترونية. هذا العلم يغطي الكثير من الأمور من مثل تحليل الأنظمة إلى تكامل النظام بالاضافة إلى أنظمة التخطيط والأمن والتنفيذ وأخرى.

(7المحاسبة والتدقيق الرسمي للحسابات التجارية: العمليات التي تجري خلف المكاتب للمعاملات الالكترونية لا تختلف كثيرا عن المعاملات الاعتيادية. أمثلة على الاختلاف: التدقيق في الحسابات التجارية للمعاملات الالكترونية هي عملية صعبة.

(8الادارة: يجب أن تدار التجارة الالكترونية بصورة جيدة وبسبب تداخل الكثير من العلوم في علم التجاربة الالكترونية فإن المدير قد يضطر إلى تطوير واكتشاف نظريات جديدة في علم الادارة.

(9القوانين التجارية والأخلاق: الأمور القانونية والأخلاقية مهمة جدا في عالم التجارة الالكترونية خصوصا في الأسواق العالمية. من الأمور القانونية كيفية تسيير الانترنت وكيفية التعامل مع القرصنة.

(10أخرى: وتوجد علوم أخرى ترتبط بالتجارة الالكترونية من مثل علم اللغويات والروبوتات والأنظمة الحساسة والاحصاء والسياسة العامة. كما أن التجارة الالكترونية مهمة بالنسبة لعلوم الهندسة والصحة والاتصالات ونشر الكتب والموسيقى.

==

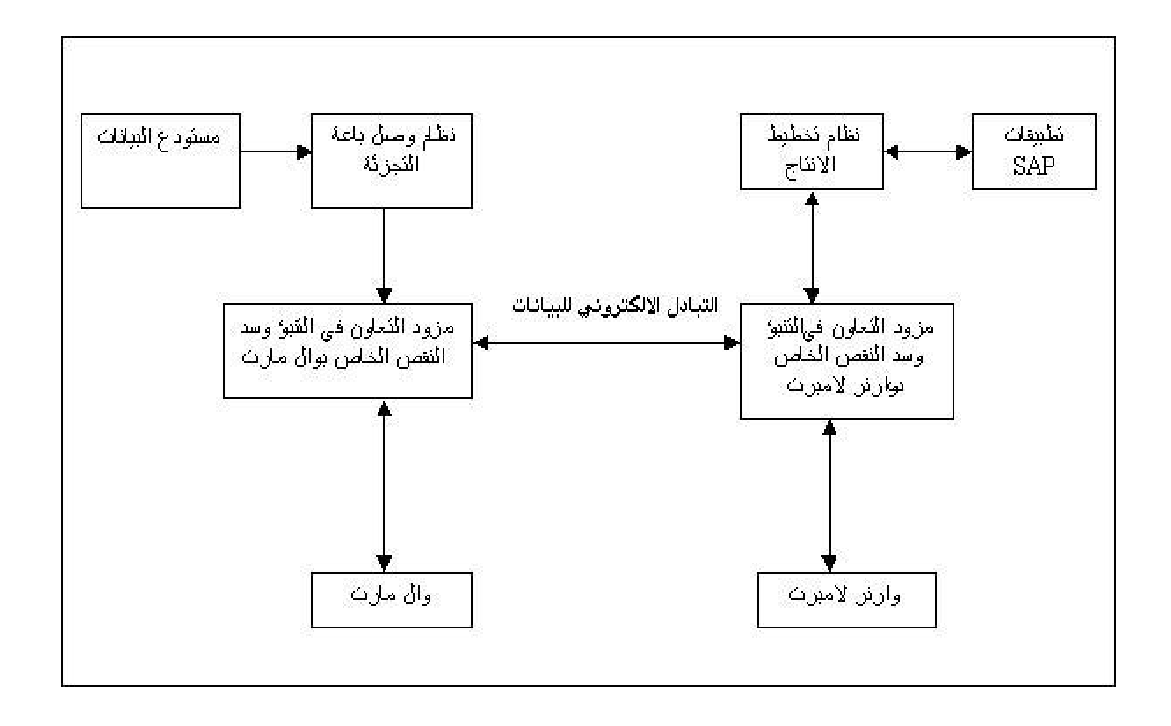
*شركة وال مارت Wal Mart تستعمل أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات:

تعتبر شركة وال مارت أكبر شركة في العالم في حجم المبيعات. فحجم مبيعاتها في عام 2001 وصل إلى 220 بليون دولار. ولكن هذا الحجم الهائل لا يضمن النجاح في السوق. فالمنافسة الشديدة أجبرت بعض من شركات البيع بالتجزئة الكبيرة إلى الافلاس مثل منتغمري وارد Montgomery Ward. وال مارت تدرك بأنها بحاجة إلى التطوير وإلى استعمال التقنية. فلكي تصبح الشركات قوية، فإنها بحاجة إلى توحيد ودمج عملياتها الداخلية. فإن فعلت الشركات ذلك، فإن أقسام التسويق والانتاج والادارة المالية تستطيع العمل بفعالية وكفاءة فيما بينها. مما يعني تقليل كلفة ادارة الشركة والذي يؤدي إلى رفع قيمة الأرباح. كما أن توحيد العمليات الداخلية يؤدي إلى خدمة أفضل للزبائن. فلذلك، قامت وال مارت باستعمال الحواسب الآلية والشبكات وبرمجيات خاصة من أجل توحيد عملياتها الداخلية. ولكن هذا ليس كاف بحد ذاته. وال مارت تحتاج أن توحد جهودها مع مزوديها ومع زبائنها أيضا للتفوق على بقية الشركات.

الشبكات والأجهزة الموحدة بدأت بتغيير التجارة كما نعرفها منذ المئات من السنين. مثلا، فإن مال مارت تقدم تقارير شهرية للربح والخسارة إلى مزوديها الكبار لكل سلعة تم تزويدها من قبل ذلك المزود.

أحد أهم الأسباب الداعية إلى توحيد العمليات هو صعوبة التنبؤ بطلب السوق. والتنبؤ بطلب السوق هو الأساس لادارة المخزونات وترتيب عمليات التوزيع. ففي الماضي وفي أغلب الأوقات، فإن بائع التجزئة يتنبأ بنفسه، والمزود يتنبأ بنفسه والفرق ما بين التنبؤين يؤدي إلى فعالية ضائعة: مخزونات زائدة أو سلع غير موجودة أو فرص ضائعة أو منافسة خاسرة. فلذلك، فإن كبرى باعة التجزئة اتفقوا تحت زعامة وال مارت على انشاء عملية "التعاون في التنبؤ وسد النقص Collaborative " Forecasting and Replenishment CFAR لمساعدة باعة التجزئة ومزوديهم على الاتفاق على تنبؤ موحد للمدى القريب لطلب السوق وثم وقف العملية من أجل تحويل العملية من عالم الأحلام إلى العالم الواقعي والحقيقي. ويلتزم باعة التجزئة والمزودين بهذا التنبؤ الموحد. وهذا الالتزام يقلل من عملية تقلب المخزونات. كما أن الحالات التي تكون فيها السلع غير موجودة ستقل. وأخيرا، فإن باعة التجزئة يستطيعون تقديم خطة تسويقية لأنهم لن يحتاجوا أن يترقبوا ردة فعل المزودين (والتي عادة ما تكون سلبية في الماضي).

انظر الرسمة التالية والتي توضح مشروع التعاون في التنبؤ وسد النقص بين وال مارت وأحد مزوديها الكبار وارنر لامبرت .Warner Lambert



العملية تبدأ من مستودع البيانات الذي يصل حجمه إلى 30 تيرابايت. وهذا المستودع تم تصميمه لمشروع التعاون في التنبؤ وسد النقص. فيقوم نظام "وصل بائع التجزئة" باستخراج البيانات الخاصة بسلع وارنر لامبرت من المستودع. يتم تخزين البيانات المستخرجة في مزود التعاون في التنبؤ وسد النقص. ويقوم وكلاء وال مارت باستعمال هذه البيانات وبيانات أخرى للقيام بتنبؤ أولي لطلب السوق. نسخة من هذا التنبؤ الأولي يتم ارساله إلى مزود التعاون في التنبؤ وسد النقص التابع لوارنر لامبرت. يستقبل مخططي شركة وارنر لامبرت هذه النسخة ويصدقون عليها ويضيفون رأيهم في التنبؤ الأولي ويقدمون اقتراحاتهم. ويتم ارسال النسخة المعدلة إلى وال مارت، والتي تعدل أو توافق على النسخة المعدلة وترسلها مرة أخرى إلى وارنر لامبرت. وهكذا دواليك إلى أن يتم الاتفاق على الصيغة النهائية لمقدار التنبؤ بطلب السوق لكل سلعة. ويتم استعمال هذه الصيغة النهائية كمرشد للمنتجين في وارنر لامبرت باستعمال تطبيقات الـ SAPولاداريي المخزونات في وال مارت.

عملية الاتصال ما بين وال مارت ووارنر لامبرت تتم من خلال التبادل الالكتروني للبيانات أو Electronic Data Interchange EDI.نفس العملية تتم بين وال مارت وبقية مزوديها الكبار

=====================================

الواجب المنزلي

اذهب إلى المواقع التالية:
www.amazon.com
www.bn.com
www.buy.com
كل هذه المواقع تبيع العديد من المنتجات. ولكن سنركز على منتج واحد وهو الكتب. قارن بين هذه المواقع الثلاثة. واستنتج من بحثك أي من هذه المواقع الثلاثة ستنجح في آخر الأمر مع التعليل.

أسئلة ونقاش عام على الدرس

__________________ اقتباس ____________________________
-تجارة الكترونية غير ربحية Nonbusiness EC: الكثير من الشركات غير الربحية مثل المؤسسات الدينية والاجتماعية تستعمل أنواع مختلفة من التجارة الالكترونية من أجل خفض تكاليف ادارة المؤسسة أو لتحسين ادارة المؤسسة وخدمة الزبائن.
____
لم افهم هذه النقطة ،، من يساعدني لتوضيحها ؟؟

حسب فهمي ولا غنى عن الأستاذ بسام
لنفرض أن لدينا موقع اسلامي يقوم بالدعوة وجمع التبرعات
فإنه ومن خلال استعمال الأنترنت سيوفر الكثير من الموظفين
للقيام بأعمال جمع التبرعات مثلا وغيرها كثير
بينما في المكاتب سيكون هناك مصاريف تنقل وإيجارات

نستطيع القول بأن التجارة الالكترونية غير الربحية
تقوم ببيع منتجات مختلفة بسعر منخفض جدا والسبب هو مثلا تجميع الاموال لإرسالها للقرى المتضررة من الظواهر الطبيعية مثل الفيضانات وبالتالي الشركة غير ربحية فهي لا تبيع بنفس سعر المنتج بل بأقل سعر فقط لمساعدة غيرها فهي شركة اجتماعية لمساعدة الناس!

توفير الكثير من الموظفين و الاستغناء عن تكلفة رواتبهم
هل يدخل ذلك ضمن التجارة الالكترونية ؟؟
أين هو مكمن التجارة .. السلعة .. الزبون ؟؟

فهي تبيع بخسارة .. معقول أن يتم ذلك ؟؟

Nonbusiness ECاعتبرت نوع من انواع التجارة الاكترونية :
لأنها تتم عبر الانترنت سواء كانت تجارة الكترونية بحتة او جزئية
فهي عبر الانترنت لهذا سُميت بالتجارة الالكترونية بالرغم من انها غير ربحية

تخيلي لدينا معرض خيري على أرض الواقع به بعض المنتجات اليدوية وتباع بالطبع بسعر مخفض أو حتى بسعرها العادي
المهم ان تلك الأموال سوف ترجع لناس فقراء
نفس الحال مع موقع الكتروني به معرض خيري او مؤسسة خيرية تقوم ببيع بعض المنتجات سواء بسعرها او بأقل والربح عائد للناس الفقراء
تلك هي الفكرة بكل بساطة) الموضوع يحتاج إلى تخيل)

مجال الدعوه اكبر عن الطريق النت وكذلك نشر القضايا الاجتماعيه من خلاله يضمن وصول القضية الى اكبر فئة ممكنة فالكل قادر على دخول موقعهم وقراءة ل ماله علاقة بالقضية دون الحاجة للاتصال بالمؤسسة ذاتها وسماع ذلك من احد افرادها فهم لا يتواجدون باستمرار...

صحيح ولكن موقع إسلامي يتاجر بالخدمات
مثلا فتوى قرآن أحاديث
و الأهم جمع التبرعات
والخدمات هي سلعة
طيب موقع إجتماعي يقدم استشارات نفسية
بدلا من أن يكون هناك عيادة وممرضين وووو
سيتم تقديم كافة الخدمات للمريض عن طريق المراسلات
ومن ناحية أخرى ستكون ميزة للعميل من ناحية الإحراج وعدم معرفةشخصيته
ايش رأيك

ما اتكلم عنه هو مؤسسة اجتماعية خيرية
إذا توقف رجال الأعمال أو صاحبها عن دعمها بالمال فسوف تتوقف لا محالة سواء على أرض الواقع أو في عالم التجارة الالكترونية

إذا كان للمؤسسة دعم مادي فسوف تستمر
إذا توقف فستتوقف المؤسسة لا محالة

تعليق الاستاذ بسام :

هذه الشركات طبيعتها غير ربحية. أي أن جهات أخرى تمولها. أي أن عمليات الشركة ليست بغرض الحصول على الأرباح. مثال على ذلك، دار الأيتام والخدمات الاجتماعية من الدولة. فهي شركات غير ربحية، ولكن مصدر التمويل من حكومة أو فرد. ولذلك فإن هدف هذه الشركات هو تخفيض التكاليف بأكثر صورة ممكنة

بالنسبة للتجارة الالكترةنية غير الربحية ... فلماذا سميت كذلك ...؟؟؟
فان مفهوم التجارة معتمد على وجود سلعة معينة ومقدم للسلعة و طالب للسلعة
وسوق يتم فية تداول السلعة
وبلنسبة للتطبيق على مثالنا
فان مقدم السلعة مؤسسة خدمية لا تهدف الى الربحية وانما تهدف للترويج الى فكرة معينة او مبدء معين او الى افادة معينة للمجتمع تتمثل فى الخدمة(السلعة)المقدمة
اما المستفيد من الخدمة فهو متلقى المعلومة او الخدمة
والسوق هو من اكبر الاسواق (الانترنت)فهو مجال واسع جدا للنشر
اما نقطة التمويل او الميزانية فلها مصادر اخرى وهى المستفيدة من تقديم السلعة
فتقف الحكومات وبعض المؤسسات الخيرية وراء تمويل المشاريع الخدمية للمجتمع

رد الاستاذ بسام :
راجع مرة أخرى تعريف التجارة الالكترونية. فهي عمليات البيع والشراء للسلع أو الخدمات عبر شبكات كمبيوترية. وكما ترى، فلا ذكر للربح في هذا التعريف. أي أن ليس شرطا أن تصبح التجارة ربحية لكي تصبح تجارة الكترونية ربحية.

فأي عملية تشمل بيع وشراء فهي تجارة، بغض النظر عن وجود أرباح أم لا.

نقاشات الأستاذ بسام مع الطلبة

دوري أسألكم أسئلة

اقتباس

الشركة للشركة :Business-to-Business وهو البيع والشراء ما بين الشركات. وأغلب معاملات التجارة الالكترونية تنصب في هذه الخانة وفي مجملها هي أنظمة المعلومات ما بين المنظمات وتعاملات الأسواق الالكترونية ما بين الشركات.
-الشركة للمستهلك :Business-to-Consumer وهو بيع المنتجات والخدمات من الشركات للمستهلك. وتعاملاتها من خلال بيع التجزئة للمستهلك. شركة أمازن وبيعها الكتب للمتسهلك تعتبر من ضمن هذه الخانة.
-المستهلك للمستهلك :Consumer-to-Consumer في هذا الخانة، فإن المستهلك يبيع لمستهلك آخر بصورة مباشرة. والأمثلة تشمل عندما يقوم مستهلك ما بوضع اعلانات في موقعه على الانترنت من أجل بيع الأغراض الشخصية أو الخبرات. وأيضا هناك مجال المزادات على الانترنت من مثل.Ebay
-المستهلك للشركة :Consumer-to-Business هذه الخانة تضم الأفراد الذين يبيعون منتجات أو خدمات للشركات.
-تجارة الكترونية غير ربحية :Nonbusiness EC الكثير من الشركات غير الربحية مثل المؤسسات الدينية والاجتماعية تستعمل أنواع مختلفة من التجارة الالكترونية من أجل خفض تكاليف ادارة المؤسسة أو لتحسين ادارة المؤسسة وخدمة الزبائن

أعطوني أمثلة حية على كل تصنيف، غير الأمثلة الموجودة أعلاه

ويجب أن تكون أمثلة كل طالب تختلف عن أمثلة الطالب الذي كتب الرد قبله

الشركة للشركة:
يمكن تكون هذي صح
اندماج شركات ترابنت واوجيه تل ودل تليكوم....
http://www.tri.net.sa/arabic/index.asp

الشركة للمستهلك:
مجموعة الشامر للاستيراد والتصدير:
://www.alshamergroup.com/

المستهلك للمستهلك:
مواقع الرسامين الذين يقومون ببيع لوحاتهم الشخصية.

المستهلك للشركة:
باقي بدور..

الغير ربحية:
دار الطرفين:
[URL=http://www.tarafen.com/page1.htm]http://www.tarafen.com/page1.htm[/URL]

الشركة للمستهلك :-
امازون للكتب
هدية لسورية

-1الشركة للشركة:شركة أمازون وشركة النيل والفرات يقدرون يبيعون معلومات عن طريق بعضهم البعض لمقارنة نوع الكتب التي يفضلها الزبائن.

-2الشركة للمستهلك:مثلا مكتبة النيل والفرات تبيع الكتب للزبائن.

-3المستهلك للمستهلك:مثلا شخص يعرض سلعة في منتدى الموسوعة واروح انا واشتريها منه.

-4المستهلك للشركة:مبرمج يقوم ببيع برنامجه لشركة برامج عالمية.

-5تجارة الكترونية غير ربحية:مثلا جمعية الهلال الأحمر تقدم منتجاتها عن طريق موقعها لكي يشتري الناس وتستفيد من المال لإعانة الفقراء.

الشركة للشركة
البنوك عامة
والمؤسسات المالية
مكاتب الإستشارات الفنية والإدارية

الشركة للمستهلك
سوق الكويت
سوق نسيج

المستهلك للمستهلك :
عمليات البيع الشخصية مثلا شخص لديه كمبيوتر يود بيعه يضع إعلان في موقع ما وتتم العملية
المستهلك للشركة (عندي ملاحظة البائع لايمكن أن يسمى مستهلك ممكن نغيرها وتصبح الأفراد للشركة(العالم عند رغبته ببيع إحدى اختراعاته)

تجارة إلكترونية غير ربحية :
موقع لخدمات مابعد البيع
المواقع المجانية عموما لما تقدمه من معلومات
مثلا موسوعتنا الغالية

-1الشركة للشركة :Business-to-Business تبادل المعلومات مابينهم مممممممممم شركة أرامكو ممكن تنفع مثال؟ لانها تتبادل المعلومات بشكل دائم مع مواقع البورصة وشركات النفط الاخرى

- - 2الشركة للمستهلك :Business-to-Consumer مثل موقع www.simonsays.com وهو موقع مشابه لأمازون لبيع الكتب

- -3المستهلك للمستهلك :Consumer-to-Consumer مثل العروض الموجودة بموقع مكتوب

- -4المستهلك للشركة :Consumer-to-Business موقع محامي مثلا يقدم استشارات قانونية للشركات

-5تجارة الكترونية غير ربحية :Nonbusiness EC سبق ووضعت مثال بالاعلى

الشركة للشركة :Business-to-Business من شركه لاخرى تبادل السلع مثلا مواقع تعمل الشركه في الاستيراد والتصدير وتقوم بتصدير المنتج لشركه اخرى
-الشركة للمستهلك :Business-to-Consumer مثلا من موقع لبيع الاجهزه للمستهلكين،، زوار الموقع
-المستهلك للمستهلك :Consumer-to-Consumer
مثلا مصممي الصفحات عندما يبيعون تصميماتهم لمستهلكين ىخرين،، مثلا شخص طلب مني برنامج في منتدى وكلنا مستهلكين 🙂
-المستهلك للشركة :Consumer-to-Business
مثلا شركه تريد برنامج وشخص يزور الموقع ويصمم البرنامج
-تجارة الكترونية غير ربحية :Nonbusiness EC هل تعتبر المواقع التعليميه والكتب المجانيه من ضمنها ؟؟غير متاكده

النوع الاول Business-to-Business:
مثال شركات بيع انظمة الامان للشركات

النوع الثانيBusiness-to-Consumer:
مثال شركة نهار نت تبيع المسجات للمستهلك او شركات بيع المجلات العلمية

النوع الثالثConsumer-to-Consumer:
مثال بازار مكتوب
النوع الرابع:Consumer-to-Business
حلول امنية او تصميم صفحات لشركات
النوع الخامس Nonbusiness EC
كما ذكرنا سابقا شركات الاعمال الخيرية مؤسسة النور للاعمال الخيرية

الشركة للشركةBusiness-to-Business
مثل شركه تبيع اجهزه كمبيوتر تشتري من شركه IBM

الشركة للمستهلك:Business-to-Consumer
شركات تبيع الكتب او ورود للمستهلك

المستهلك للمستهلك:Consumer-to-Consumer
مثل شخص يبيع خبراته على الانترنت للاشخاص او يصمم مواقع للافراد
مثل
http://www.tejarati.com/tejarati.html

المستهلك للشركة:Consumer-to-Business
شخص يبيع للشركات ممكن يكون مبرمج يبيع برامجه لشركات

تجارة الكترونية غير ربحيةNonbusiness EC
مثل بعض المواقع الدينيه التي تنفق التبرعات لدعم موقعها
http://www.islamway.com/bindex.php?section=donate

قبل أن يداهمنا الوقت.... سنسأل سؤال صغير

طبعا قرأتم التجارة الالكترونية الحاصلة ما بين شركة وال مارت وشركة وارنر لامبرت.
افترض بأنك شركة وال مارت. وشركة وال مارت تقوم بالبيع بالتجزئة. وأردت أن تستورد بعض السلع المهمة من بعض الشركات المصدرة. ولنسمي تلك الشركة الجديدة بشركة البستكي للدجاج

شركة البستكي للدجاج شركة قديمة، ولا تتعامل بالتجارة الالكترونية، وأنت مجمل عملياتك بالتجارة الالكترونية.

فإن كنت في محل وال مارت كرئيس تنفيذي، ماذا ستفعل؟ هل ستتجه نحو تنمية علاقاتك مع شركة البستكي للدجاج؟ أم ستبحث عن شركة أخرى؟ فرضا أنه البستكي الشركة الوحيدة المصدرة للدجاج! ماذا ستفعل؟؟

ساتجه نحو تنمية العلاقات مع شركة البستكي للدجاج
ونعرفهم بالتجاره الالكترونيه ومزاياها

احاول البحث عن جهة اخرى
و لو انها الوحيدة رح اعمل اتصالاتي معها و بعدين ممكن انسقها على انها تجارة ماموسة ولابد من وجود شي ملموس في التعامل باي شركة كانت

انا شركة كبيرة اكيد ما رح اقوم بتنمية علاقاتي معها لأن الوقت محسوب علي..
أتعامل معها بالقدر الذي لا يؤثر على تجارتي الالكترونية..

بالتاكيد ساحاول ان انسق التعامل مع شركة البستكى فلربما تغير رايها بعد اطلعها على الفوائد التى سوف تجنيها من التجارة الالكترونية وبما اننا فى منطقة واحدة فلا اعتقد انه سوف تكون هناك اى مشكلة فى التعامل معها عن طريق التجارة العادية

لا ارى ضرورة فى تقوية العلاقة بين الشركتين ولاكن كمدير تنفبذى للشركة ارى ان وظيفتى تتلخص فى جمع بيانات عن شركة البستكى وتقديم التحليل المبدئى ليغذى خطط الانتاج لوارنر لامبرانت

حيث مشروع التعاون في التنبوء و سد النقص .. الذي جربته وال مارت مع وارنر لامبرت .. سيتم تجربته هنا .. اما عن عدم استخدام شركة الداجاج للتجارة الالكترونية .. فان شركة وال مارت هي التي ستقوم بهذا العمل التقني .. بعملياتها الموحده ..

عندما اجد البديل لشركة البستكي.. فسوف اتخلى عن معاملاتي معهم..
أما عندما تقوم شركة البستكي بتطوير نفسها فانه سوف أقوي التعامل معها

بما أن شركة البستكي للدجاج d:هي الشركة الوحيدة المصدرة للدجاج بالتالي فإنني لن أجد صعوبة في التنبؤ بمدى حاجة الزبائن لهذه الشركة التي يملكها البستكي خصوصا انها المصدرة الوحيدة للدجاج بالتالي الاقبال عليها كبير.
لهذا سوف اتعاون معهم وبهذا أسهل عملية البيع عليهم وأكسب أنا(شركة والت مارت) النقود من هذه العملية المضمونة بنسبة 90% .
وليست هنالك مشكلة في كونهم لا يتعاملون بالتجارة الالكترونية فدخولهم التجارة الالكترونية بتعاون مع شركة والت مارت لا يوجد به اي نوع من المجازفة لأن اسم شركة البستكي للدجاج معروف عالميا بما

انها الشركة المصدرة الوحيدة للدجاج فلذلك لن توجد أي نوع من الخسارة لهم بل سوف يتم تسهيل عملية البيع التي يكون فيها للشركات.

بالنسبة لي سوف أتعامل مع شركة البستكي حتى لو كانت كما تفضلت
لأن شركة البستكي هي المورد الوحيد للدجاج و سأحاول أن أساعد
شركتكم للدخول في مجال التجارة الإلكترونية مما سيقوي العلاقة بيني
وبين الشركة حيث إن لم أتعامل معها سيكون هناك الكثير ليفعلوا فالسوق
ملئ بالأذكياء الذين سيقتنصون هذه الفرصة طبعا قد تقول لي لا لا أريد
الدخول في مجال التجارة الإلكترونية

عندئذ سأشرح لك التجارة الإلكترونية كما شرحها لي أستاذي الفاضل
بسام البستكي و أقدم لشركتكم الموقرة كل الدعم الفني لإتمام الموضوع
و جزيل شكري على مجهودك الذي لا يقدر بثمن

تعليق الأستاذ بسام على الإجابات

السلام عليكم

بالنسبة للسؤال.... فقد سألت السؤال التالي:

كان السؤال:
طبعا قرأتم التجارة الالكترونية الحاصلة ما بين شركة وال مارت وشركة وارنر لامبرت.
افترض بأنك شركة وال مارت. وشركة وال مارت تقوم بالبيع بالتجزئة. وأرادت أن تستورد بعض السلع المهمة من بعض الشركات المصدرة. ولنسمي تلك الشركة الجديدة بشركة البستكي للدجاج شركة البستكي للدجاج شركة قديمة، ولا تتعامل بالتجارة الالكترونية، وأنت مجمل عملياتك بالتجارة الالكترونية.
فإن كنت في محل وال مارت كرئيس تنفيذي، ماذا ستفعل؟ هل ستتجه نحو تنمية علاقاتك مع شركة البستكي للدجاج؟ أم ستبحث عن شركة أخرى؟ فرضا أنه البستكي الشركة الوحيدة المصدرة للدجاج! ماذا ستفعل؟؟

<u>الجواب:</u>

لعلكم فاتكم شيء مهم. ففي أثناء التطبيق، قلت لكم بأن وال مارت أكبر شركة في العالم. فمن لا يحب أن يزود أكبر شركة في العالم؟ فقد حدثت مثل هذه الأشياء في الواقع، ولكن مع شركات أخرى، وليس مع شركة البستكي للدجاج

فما كانت ردة فعل وال مارت؟ بكل بساطة، قالت لتلك الشركات الصغيرة: إما ان تحدثوا وتطوروا أساليبكم التجارية أو لن نتعامل معكم!!!! بكل بساطة! فوال مارت كانت تفضل –ومازالت- أن تستورد من البعيد ولا أن تضطر أن تتعامل بطريقة غير الكترونية

هذا يقول لك وبمنتهى الوضوح سيطرة التجارة الالكترونية على عالم الاقتصاد

نراكم في الدرس الثالث

** انتهى اليوم الثانى **

فوائد وقيود التجارة الالكترونية

أولا: فوائد التجارة الالكترونية:

القليل من الابداع الانساني الذي يتجاوز الفوائد التي قد نجنيها إذا استغلنا التجارة الاكترونية بالصورة الصحيحة.

1) **فوائد التجارة الالكترونية للشركات والمؤسسات**:

-التجارة الالكترونية توسع نطاق السوق إلى نطاق دولي وعالمي. فمع القليل من التكاليف فإن بوسع أي شركة ايجاد مستهلكين أكثر ومزودين أفضل وشركاء أكثر ملائمة وبصورة سريعة وسهلة. مثلا، في عام 1997 أعلنت شركة بوينغ عن توفير مالي قدره 20% من الكلفة الأصلية وذلك بعد الاعلان عن الحاجة لمصنع من أجل صنع نظام جزئي للشركة. وقد كان الاعلان على موقع الشركة على الانترنت. فاستجابت شركة مجرية لهذا الطلب وقد كان عرض الشركة المجرية أرخص وأفضل وأسرع من بقية الشركات.

-التجارية الالكترونية تخفض تكاليف انشاء ومعالجة وتوزيع وحفظ واسترجاع المعلومات الورقية. مثلا، فايجاد دائرة مشتريات الكترونية فإن الشركات تستطيع قطع التكاليف الادارية للشراء بنسبة 85%.

-القدرة على إنشاء تجارات متخصصة جدا. مثلا، في الحالة الطبيعية فإن ألعاب الكلب تستطيع أن تشتريها من أي محل يختص بالحيوانات. ولكن الآن تجد مواقع على النت متخصصة فقط في ألعاب الكلب انظر!www.dogtoys.com

-التجارة الالكترونية تسمح بخفض المخزونات عن طريق استعمال عملية السحب في نظام ادارة سلسلة التزويد. ففي نظام السحب فإن العملية تبدأ بالحصول على طلب تجاري من قبل المستهلك وتزويد المستهلك بطلبه من خلال التصنيع الوقتي المناسبJust-in-Time

-عملية السحب تسمح بتصنيع المنتج أو الخدمة وفقا لمتطلبات المشتري وهذا يعطي الشركة أفضلية تجارية على منافسيها. وأكبر مثال على ذلك شركة ديل لتصنيع الحواسب الآلية. سيتم دراسة هذا الأمر لاحقا.

-التجارة الالكترونية تخفض الفترة الزمنية ما بين دفع الأموال والحصول على المنتجات والخدمات.

-التجارة الالكترونية تسبب اعادة هندسة العمليات التجارية. ومن خلال هذا التغيير فإن انتاجية الباعة والموظفين والاداريين تقفز إلى أكثر من 100%.

-التجارة الالكترونية تخفض تكاليف الاتصالات السلكية واللاسلكية - فالانترنت أرخص بكثير من من شبكات القيمة المضافة.Value Added Networks

-وفوائد أخرى تشمل تحسين صورة الشركة وتحسين خدمة الزبائن وايجاد شركاء تجاريين جدد وتسهيل العمليات وتقليل الفترة الزمنية لارسال المنتجات والخدمات ورفع الإنتاجية والتخلص من الأوراق وخفض تكاليف المواصلات وأخيرا زيادة المرونة في التعامل.

2) فوائد التجارة الالكترونية للمستهلكين:

-التجارة الالكترونية تعطي الخيار للمستهلك بأن يتسوق أو ينهي معاملاته 24 ساعة في اليوم وفي أي يوم من السنة ومن أي مكان من على سطح الأرض.

-التجارة الالكترونية تقدم الكثير من الخيارات للمستهلك بسبب قابلية الوصول إلى منتجات وشركات لم تكن متوفرة بالقرب من السمتهلك.

-في الكثير من الأحيان فإن التجارة الالكترونية تكون من أرخص الأماكن للتسوق لأن البائع يستطيع أن يتسوق في الكثير من المواقع على الانترنت ومقارنة بضائع كل شركة مع أخرى بسهولة. ولذلك في آخر الأمر سيقدر أن يحصل على أفضل عرض. في حين أن الأمر اصعب اذا استلزم الأمر زيارة كل موقع جغرافي مختلف فقط من أجل مقارنة بضائع كل شركة بأخرى.

-وفي بعض الحالات وخصوصا مع المنتجات الرقمية من مثل الكتاب الالكتروني، فإن التجارة الالكترونية تمكن المشتري من ارسال البضاعة بسرعة وبسهولة إلى البائع.

-في استطاعة الزبائن الحصول على المعلومات اللازمة خلال ثوان أو دقائق عن طريق التجارة الالكترونية. وفي المقابل، قد يستغرق الأمر أيام وأسابيع من أجل الحصول على رد إن قمت بطلب المعلومات من موقع ملموس.

-التجارة الالكترونية تسمح للاشتراك في المزادات الافتراضية.

-التجارة الالكترونية تسمح للزبائن بتبادل الخبرات والآراء بخصوص المنتجات والخدمات عبر مجتمعات الكترونية على الانترنت (المنتديات مثلا).

-التجارة الالكترونية تشجع المنافسة مما يعني خفض الأسعار.

3) فوائد التجارة الالكترونية للمجتمع:

-التجارة الالكترونية تسمح للفرد بأن يعمل في منزله وتقلل الوقت المتاح للتسوق مما يعني ازدحام مروري أقل في الشوارع وهو الذي يقود إلى خفض نسبة تلوث الهواء.

-التجارة الالكترونية تسمح لبعض من البضائع أن تباع بأسعار زهيدة، وبذلك يستطيع الأفراد الذين دخلهم المادي ليس بالرفيع، يستطيعون شراء هذه البضائع مما يعني رفع في مستوى المعيشة للمجتمع ككل.

-التجارة الالكترونية تسمح للناس الذين يعيشون في الدول العالم الثالث أن يمتلكوا منتجات وبضائع غير متوفرة في بلدانهم الأصلية. ويستطيعون أيضا الحصول على شهادات جامعية عبر الانترنت.

-التجارة الاكترونية تيسر توزيع الخدمات العامة من مثل الصحة والتعليم والخدمات الاجتماعية بسعر منخفض وبكفاءة أعلى.

ثانيا: تحديات التجارة الالكترونية:

1)**التحديات التقنية للتجارة الالكترونية**:

-هناك نقص في الاعتمادية والآمان والمعايير والبروتوكولات

-ليس هناك حيز حجمي bandwidth كافي للاتصالات السلكية واللاسلكية.

-أدوات تطوير البرمجيات مازالت تتغير باستمرار وبسرعة.

-تصعب عملية وصل الانترنت وبرمجيات التجارة الالكترونية مع بعض التطبيقات وقواعد البيانات المستخدمة حاليا.

-قد يحتاج المزودين إلى مزودات خاصة للويب ولبنى تحتية أخرى بالاضافة إلى مزودات الشبكات.

-بعض برمجيات التجارة الالكترونية لا تتناسب برمجيا وتقنيا مع بعض المكونات الصلبة أو مع بعض أنظمة التشغيل.

2)**التحديات غير التقنية للتجارة الالكترونية**:

-الكلفة والتسويغ: كلفة تطوير التجارة الاكترونية بواسطة الشركة بنفسها قد يكون عاليا جدا والأخطاء الناتجة عن قلة الخبرة قد تسبب تعطيل التجارة الالكترونية. هناك عدة فرص لمنح شركات تقنية بالقيام بهذه المهام ولكن ليس من السهل معرفة أي شركة هي المناسبة. ولتسويغ هذا النظام فإن على المدير أن يتعامل مع فوائد غير حسية وهي صعبة الحساب.

-الأمن والخصوصية: هذه الأمور مهمة جدا في عالم الشركة للمستهلك خصوصا في ميدان الأمن

والأمان والتي يظن الكثير من الناس بأنها منيعة 100%. والكثير من الناس تحجم عن المشاركة في التجارة الالكترونية بدواعي الخوف من الكشف عن خصوصياتهم.

-انعدام الثقة ومقاومة المستخدم: بعض من الزبائن لا تثق بالباعة المجهولين الذي لا يرونهم ولا يثقون بالمعاملات غير الورقية ولا بالنقد الالكتروني.

3) **عوامل أخرى**:

-انعدام لمس المنتجات. فبعض الزبائن يودون لمس المنتجات قبل شرائها.

-الكثير من الأمور القانونية لم يتم حسمها بعد في التجارة الالكترونية خصوصا بالأمور التي تتعلق بالقرصنة.

-التجارة الالكترونية مازالت في طورها الأول والذي يتميز بالتغيير السريع. الكثير من الناس تود أن ترى شيئا ثابتا قبل الاستثمار فيه.

-لا يوجد عدد كاف من الباعة والمشترين في الكثير من التطبيقات لجعل هذا الأمر مربحا.

-التجارة الالكترونية قد تسبب انهيار في علاقات الناس مع بعضها البعض.

-الدخول على الانترنت مازال باهظ الثمن للكثير من الناس وسرعة الاتصال مازات بطيئة في الكثير من دول العالم.

====================================

كيف استخدمت شركة انتل التجارة الالكترونية في صالحها

شركة انتل هي من كبريات الشركات المنتجة والمصدرة للشرائح والمعالجات وتبيع منتجاتها إلى كبرى شركات تصنيع التقنية. غالبية المبيعات تحصل في صناعة الحواسب الآلية حيث بعض الشركات المصنعة للحواسب الآلية من مثل Dell تستخدم فقط معالجات انتل. وبعض الشركات المصنعة للحواسب الآلية تستخدم معالجات انتل ومعالجات منافسيها أيضا. والمنافسة شديدة جدا في عالم الشرائح. فتصمم انتل كاتلوجات شخصية وترسلها إلى الزبائن من أجل اتمام صفقات تجارية. وإلى عام 1998، فإن هذه العملية كانت تتم من خلال الورق، مما يجعل عملية التوزيع بطيئة ومكلفة وفي كثير من الأوقات تصبح هذه الكاتلوجات قديمة ولا تحوي على المعلومات الجديدة والحديثة.

بعض الشركات الكبرى من مثل سيسكو وديل بدأت باستخدام الانترنت بشكل صغير في 1995 و1996. وتوسوعوا ولكن بعجلة بطيئة. وفي المقابل، لم تهرول انتل في اتجاه التجارة الالكترونية. وعندما افتتحت انتل في صيف 1998 موقعها الالكتروني للبيع على الانترنت، أرسلت تقارير تذكر فيها بأن حجم مبيعاتها من خلال التجارة الالكترونية زادت من صفر إلى بليون دولار خلال شهر واحد فقط. ونرى بأن سيسكو احتاجت 6 أشهر لكي تصل لهذا المقدار!!! لماذا؟؟

التجارة الالكترونية في 1998 كانت أكثر تقدما وتحضرا من عامي 1995 أو 1996 كما أن انتل بنت نظام أكثر شمولية. استثمرت انتل التجارة الالكترونية كطريقة جديدة من أجل الاتجار ولذلك فإن ادارة الشركة قررت بأن تجعل التجارة الالكترونية حدث مهم في تاريخ الشركة لكي يشعر الزبون بجدية الشركة حول التجارة الالكترونية.

الموقع هو عبارة عن شبكة خارجية تسمى ببرنامج التجارة الالكترونية E-Business Program ويركز هذا البرنامج على توفير الدعم الفني للعديد من المنتجات من مثل المعالجات واللوحات الأم والذاكرات الوماضة. وفي عام 1998 استطاعت أنتل أن تصل إلى المئات من الشركات متوسطة وصغيرة الحجم حول العالم. وهذه الشركات قامت بارسال طلبياتها عبر المتصفحات. فالدخول إلى هذا الموقع مسموح فقط للشركاء التجاريين المخول لهم بالدخول.

ارسال الطلبيات هو جزء فقط من ما توفره انتل لزبائنها. فالموقع أيضا يوفر خدمة تتبع الطلبيات ومكتبة الكترونية تحوي على الكثير من الوثائق الخاصة بالمنتج وكل هذه الأعمال تقلل من الضغط على مسؤولي خدمة الزبائن الذين كانوا يرسلون هذه المعلومات بصورة يدوية مسبقا.

وفي هذا التطور الجديد لانتل، فإن الشركة اتجهت لتعميم البرنامج على الشركات الصغيرة ومتوسطة الحجم التي كانت مجمل اتصالاتها بأنتل عن طريق التلفون والفاكس في حين أن اتصالات شركة انتل مع الشركات الكبيرة كانت تجري عبر شبكات التبادل الالكتروني للبيانات electronic data interchange أو EDI.

فما هي نتائج هذا التحول؟

مسؤولي شركة انتل يقولون بأن الشركة وفرت 45,000 فاكس في كل ثلاثة أشهر إلى تايوان لوحدها وذلك في عام 1999. والزبائن يستعلمون موقع انتل بشكل دائم

أسئلة ونقاش عام على الدرس

__________________________ اقتباس ____
التجارة الالكترونية تسمح بخفض المخزونات عن طريق استعمال عملية السحب في نظام ادارة سلسلة التزويد. ففي نظام السحب فإن العملية تبدأ بالحصول على طلب تجاري من قبل المستهلك وتزويد المستهلك بطلبه من خلال التصنيع الوقتي المناسب Just-in-Time

____
من يوضح هذه النقطة

نحن لا نحتاج إلى تخزين المنتجات حتى يتم طلبها من المستهلك
فبعد أن يصلنا طلب المستهلك نقوم بتوفير الطلبية له في نفس الوقت دون أن نضطر مسبقا توفيرها في المخازن ، فحينما يأتي الطلب للشركة تقوم ساعتها بتوفير الطلبية وبهذا نخفض من المخزونات!

في التجارة التقليدية، فإن بائع الكمبيوتر كان يحتاج أن يضع الكثير من الكمبيوترات في المستودع. وطبعا فإن تأجير وادارة المستودع تتطلب الكثير من الأموال.

فلم كان التاجر يضع مستودعا له؟ لأنه لا يعرف متى يحتاج الزبون إلى كمبيوتر! فيخاف أن يأتيه زبون بطلب كمبيوتر، ولا يكون لديه كمبيوتر!

أم في التجارة الالكترونية، فإن الزبون يسأل عن كمبيوتر معين، وعبر شبكات الشركة، يتم ارسال الطلب إلى صانعي الكمبيوتر، والذين يعتمدون على التصنيع الوقتي، أي يرسلون سلعهم ومنتجاتهم في الوقت المناسب لاجراء العملية 🙂

وبذلك، فإن التاجر لن يدفع أموالا طائلة للتخزين 🙂

نقاشات الأستاذ بسام مع الطلبة

أنا سأبدأ أسئلة اليوم

اقتباس

> التجارية الالكترونية تخفض تكاليف انشاء ومعالجة وتوزيع وحفظ واسترجاع المعلومات الورقية. مثلا، فايجاد دائرة مشتريات الكترونية فإن الشركات تستطيع قطع التكاليف الادارية للشراء بنسبة 85%.

لماذا المعلومات الرقمية أفضل من المعلومات الورقية؟

أقصد بالمعلومات الرقمية المعلومات التي يتم حفظها في سي دي مثلا أو في الأقراص الصلبة. والمعلومات الورقية هي المعلومات الموجودة على الأوارق العادية

المعلومات الرقمية اوفر من ناحية الكلفة بالنسبة للشركات سواء بسبب اسلوب حفظ المعلومات وتبادلها مع الشركات او حتى في البحث عن معلومة معينة قد تحتاجها الشركة..فالمعلومات الرقمية اوفر واسرع للشركات...فلا نحتاج لفاكسات ولا اوراق كل الامر يتم بطريقة الكترونية بسيطة وسريعة ولا تصبح هناك مشكلة تخزين معلومات....

بالتأكيد المعلومات الرقمية أفضل لأنها
أسرع بالإنتقال والحفظ كما أن قابليتها للتلف أقل
حجم تخزيني أقل

المعلومات الورقيه قد تتعرض للتلف
اما الرقميه يمكن تخزينها في اكثر من مكان للحفاظ عليها

-1سهولة البحث عن المعلومة المطلوبة.
-2سهولة التخزين فنحن لا نحتاج إلى مكان ضخم لتخزينها.
-3سهولة الاسترجاع.
-4لا تتأثر بالظروف الطبيعية في حالة حدوث فيضانات وبراكين وانفجارات مثلما حدث في الأبراج فمن كان لديه نسخة رقميه مخزنه فهي لم تتاثر.
-5سهولة نقل المعلومة من المكان الموجودة فيه إلى مكان آخر.
-6سهولة التعديل على المعلومة.
-7نستطيع برمجة برامج تقوم بمقارنة المعلومات مثل المعلومات الاحصائية وبالتالي استخراج نتائج تكون على شكل بيانات تخطيطية او غيرها من النتائج.

سهلةالنقل وحجم المعلومات أكثر وبالآمكان اصدار عدة نسخ دون الخوف على ضياعها
تخيلcd واحد بدل مكتبة كاملة...

هل هناك خطورة في استعمال المعلومات الرقمية؟

أي سلبيات؟

هناك نقص في الاعتمادية والآمان والمعايير والبروتوكولات

-ليس هناك حيز حجمي bandwidth كافي للاتصالات السلكية واللاسلكية.
-أدوات تطوير البرمجيات مازالت تتغير باستمرار وبسرعة.
-تصعب عملية وصل الانترنت وبرمجيات التجارة الالكترونية مع بعض التطبيقات وقواعد البيانات المستخدمة حاليا.
-قد يحتاج المزودين إلى مزودات خاصة للويب ولبنى تحتية أخرى بالاضافة إلى مزودات الشبكات.
-بعض برمجيات التجارة الالكترونية لا تتناسب برمجيا وتقنيا مع بعض المكونات الصلبة أو مع بعض أنظمة التشغيل.

ممكن تسرق من الجهاز ،،من خلال الانتر نت ،،والشركات تحتاج الى سريه
خطورة استخدام المعلومات الرقمية معروفة وهي تدمير الجهاز المحتوي على هذه المعلومات..او تخريبها

اعتمادنا عليها...لايعني أن نترك الأوراق فالأوراق هي آخر محطة للرجوع اليها
وخطورة المعلومات أنها يمكن أن تتعرض للسرقة علىالشبكات أومن موظفي الشركة ذاتها

الخطورة المتمثلة في المعلومات الرقمية:

-1امكانية سرقة البيانات مثلها مثل المعلومات الورقية ولكن الفرق بينهما بأن عملية سرق البيانات الرقمية تتم في ثواني معدودة إذا استطاع الهاكرز سرقتها وبالتالي سوف يسرق في تلك الثواني الآلاف والملايين من البيانات بعكس المعلومات الورقية فهو يحتاج إلى سيارة ضخمة لنقل كل الأوراق وهذا يأخذ الكثير من الوقت!! وربما يضيف في مخزن الأوراق!!

-2سهولة تغييرها في حالة اختراق تلك البيانات الرقمية بعكس البيانات الورقية فسوف يتم اكتشاف ذلك بسهولة.

-3فقدان السيديات أو الهارديسك يؤدي أو تلفها يؤدي إلى فقدان البيانات الرقمية.

-4امكانية نقل الفيروسات عن طريقها!

نقطة خامسة

اتخيل لو فجأة اختفت الكهرباء من العالم !
كيف ستعمل تلك الاجهزة التي تخزن البيانات!!

ساعتها سنتمنى لو كانت لدينا نسخة ورقية للاطلاع عليها!
إذن غياب الكهرباء في اي لحظة عن اي شركة يؤدي الى وقف العمل!

سؤال آخر:

اقتباس
-التجارة الالكترونية تسبب اعادة هندسة العمليات التجارية. ومن خلال هذا التغيير فإن انتاجية الباعة والموظفين والاداريين تقفز إلى أكثر من 100 %.

أعطوني مثالا لكيفية زيادة انتاجية الموظف أو المدير من خلال التجارة الالكترونية

الابتعاد عن الروتين في طريق تأدية الوظيفة يؤدي إلى رفع انتاجية الموظفين
مثال:استطيع العمل من خلال المنزل في وسط الراحة!(سبب مهم)
اعطي كل موظف عن كل عملية ادخال بيانات(مثلا) عمولة مناسبة فبهذا الشكل ارفع انتاجيته لأنه يعرف بالضبط بأنه على كل عمل يقدمه سوف ينال أجر عليه!
تقديم دورات في تعلم طرق التجارة بشكل مستمر يؤدي إلى رفع انتاجية الموظف وهذا هو ما تقوم به بالفعل المواقع التجارية!

هندسة العمليات التجارية أظنه اعادة تصميم بنية تحتية ونقل أغلب ذلك
على أساس حيز الكتروني
يزيد عدد الباعة ويكثر الطلب وبالتالي ستزيد الأنتاجية والبيع
وذا سيؤدي الى الإرتفاع100%

شي أكيد :
مثلا المحور الأساسي للشركة قسم المبيعات
الموظف سيستغني عن الذهاب إلى عميله في مكانه مما يوفر جهده
في الإبداع أكثر
لن تعتمد نجاح عملية البيع غالبا على نفسية البائع والمشتري
باختصار راحة وحرية أكثر == >استقرار أكثر ==>ابداع أكثر

سؤال:

اقتباس
-التجارة الالكترونية تسمح للفرد بأن يعمل في منزله وتقلل الوقت المتاح للتسوق مما يعني ازدحام مروري أقل في الشوارع وهو الذي يقود إلى خفض نسبة تلوث الهواء.

ما رأيك بهذه الفائدة؟

مثال لزيادة انتاجيتهم مممممممممممممممم
اعتقد ان انتاجية الموظفين راح تزيد لانهم ماراح يبذلون مجهود كبير لانجاز عملهم كل ماهو مطلوب منهم تنفيذه والبحث عنه سيكون من خلال جهاز موضوع امامهم وطبعا سيكون البحث غير مرهق ومزعج بين المعلومات الرقمية....
مثال شركة Hp لو احتجت لدعم احد الاشخاص الموجودين هناك لعجزي عن ايجاد حل للمشكلة بطابعتي كل ماعله فعله هو وضع اللنكات الموجودة فيها حلول لمشكلتي مع توضيح بسيط..وهذا افضل من الخدمة الهاتفيه

كلام سليم. ولكن لاحظي بأن هذه الفائدة هي للشركة، وليس لكِ. لأن التعامل مع المشاكل التقنية عبر الايميلات أو الشات صعب جدا، فالتلفون أسهل. ولكن الشركة توفر كثيرا اذا تعاملت عن طريق الانترنت

فائدة رائعة ومجدية ومن هنا تظهر لنا فائدة من فوائد التجارة الإلكترونية
ستوفر أيضا على البحوث في سبيل الحفاظ على البيئة

في الحقيقة هي فائدة ولكن لاأظنها لها معنى كبير
وان كنا سنبحث عن التلوث فهناك مصادر كبيرة فضلا على أن
التسوق بالمدينة لها أسبابها

بالفعل هنالك فائدة كبيرة من العمل والتسوق من خلال المنزل
منها التقليل من التلوث الناتج من استعمال السيارات ولكن!
نحن هنا في الوطن العربي نستعملها بكثرة -اعني السيارات-بالتالي لو كان العمل والتسوق له نسبة كبيرة بين المستهلكين فبالتالي سوف يقلل من التلوث ولكن في الخارج لا يستعملون السيارات بنفس الطريقة التي نستخدمها لذلك لا يلعبون دورا في تخفيض التلوث الا اذا تم تطبيق هذا الشيء في دولنا

ثم افترضنا بأنهم أيضا يقللون التلوث ولكن!!
استعمال السيارات والمركبات سوف يكون نفسه بل يمكن أكثر
فبعض الناس مثل النساء
سوف يقمن بالاتصال بالجارات والأقارب والصديقات لرؤية مشترياتها التي اشترتها من خلال الانترنت ليتم عرضها عليهم بالتالي التلوث الناتج عن النقل موجود موجود لم يقل)الفقرة الاخيرة مزحة)

ولكن من السيئات
هو أن بعض الناس يزيد وزنهم عند استعمال الكمبيوتر لهذا سوف يضرهم كثيرا(بالتالي المستفيد الوحيد المستشفيات والبقالات التي تبيع الحلويات.

سؤال:

ما رأيكم بالعمل في البيت؟ هل تؤيدون العمل في البيت؟

التجارة الالكترونية تسمح للفرد بأن يعمل في منزله وتقلل الوقت المتاح للتسوق مما يعني ازدحام مروري أقل في الشوارع وهو الذي يقود إلى خفض نسبة تلوث الهواء.

هذه الفائدة هي التي جعلت الكثير من الناس تفضل التجارة الالكترونية وتفضل التسوق عبر الانترنت..
بعد الواجب استاذ بسام حسيت ان التجارة الالكترونية شيء رائع وغير مكلف كثيرا.. علما اني ماقد دخلت المواقع اللي كانت في الواجب قبل ذلك.. فائدة عظيمة..

هذه الفائده مهمه وخصوصا خفض نسبه تلوث الهواء,, بسبب قله السيارات
وكما نسمع عن الاخطار الكثيره التي يسببها تلوث الهواء لطبقه الاوزون وخطر الاشعه الفوق بنفسجيه

ما رأيكم بالعمل في البيت؟ هل تؤيدون العمل في البيت؟

إذا تكلمنا عن الراحة فالبيت انسب بكثير حيث العمل في أي ساعة في البيت وبأي طريقة دون الالتزام بملابس رسمية أو بشكل معين.
وأن يأكل ويعمل في نفس الوقت

ولكن!
هنالك سلبيات
لان مهما كانت الراحة التي توفرها المنازل لكن العمل يعطي روحا وأبعادا أجمل عند العمل مع مجموعة

في المكتب ، يسمع آرائهم يتكلمون يضحكون يساعدون بعضهم البعض أي مجموعة عمل حقيقية وليست افتراضية تؤثر في حالته النفسية بالفعل لا تستغربون فالحياة الافتراضية التي نعيشها في الانترنت تلعب دور كبير في حياة الانسان ويتاثر فيها!

السلبيات هو زيادة الوزن وزيادة تسوس الأسنان لمن يأكل ويأكل ويأكل ويعمل على الانترنت دون أن يهتم للوقت خصوصا أن الاكلات التي سوف يأكلها ستكون سريعة ومعظمها حلويات خصوصا لسهار الليل

الجو ربما لا يكون مناسبا في البيت خصوصا في اجواء عائلية يرى الناس ترتاح في البيت وهو يعمل وفي هذا يرفع ضغطه أكثر ، فالبيت راحة للانسان والمفروض ان يخصص له وقتا وللعائلة فكيف ينقل العمل في البيت!
هل سيحول بيته إلى شركة ؟!أين الراحة في هذه؟

ولكن بعد كل تلك السلبيات التي بعضها قد بالغتُ فيها إلا أنني احيانا احب العمل في المنزل ، لأني أتوق للعمل في وسط راحة دون أي التزامات حيث اتوقف مثلما اريد واعمل مثلما أريد دون أن يكون هنالك تسجيل للحضور والغياب في العمل في أوقات محددة

وهنالك ايجابية للعمل في المنزل
فالناس الذي لا يحبون الاستيقاظ مبكرا يستطيعون العمل في الليل!

سؤال:

ألا تعتقدين بأن العمل في البيت يقلل من انتاجية العامل؟
مثلا، في البيت قد تحتاجين 12 **ساعة لانهاء مهمة ما. وهذه المهمة تستغرق فقط** 8 **ساعات في العمل**

هذا راجع لضمير الشخص

بعض الناس تحب الراحة في العمل فتجدها تعمل كثيرا لو افترضنا بأنها لم تقطع وقتها لاخذ راحة بل عمل مستمر في المنزل بالتالي انتاجيتها ستزيد

أما في العمل والمكاتب فإن العمل ملزم على الجميع دون أن يكون هنالك فترات راحة كثيرة بالتالي الانتاجة تعم الجميع وبهذا نسبة الانتاجية كبيرة فهي الآن اصبحت لمجموعة كاملة بعكس الشخص في البيت فبعضهم سيعمل بضمير والبعض الاخر لا!

تذكرت أمرا واقعيا!
العمل في المكتب له انتاجية اكبرا! حتى ولو كنت أعمل عدة أعمال في نفس الوقت
والسبب هو جو العمل يلعب دورا كبيرا في وجود مدير وموظفين في كل مكان!(عن تجربة حقيقية مقارنة بين شخص يعمل في المكتب وشخص يعمل في المنزل)

هذا الذي كنت أود الوصول إليه. فعلى الرغم من أن الكثير من المختصين يذكرون بأن من فوائد التجارة الالكترونية القدرة على العمل من البيت، إلا إنني شخصيا أرى بأن العمل في البيت يقلل من انتاجية العامل. ولذلك فإن الكثير من الشركات تنتنع عن السماح لموظيفها بالعمل في البيت إلا في ظروف خاصة

و هناك نوع جديد من البطاقات اسمها بطاقة السحب أوdebit card
وهي تختلف عن البطاقات الائتمانية. بطاقات السحب تسمح لك بشراء حاجياتك والدفع يتم في نفس الوقت من خلال حسابك في البنك. أي أنت تدفع في نفس وقت اجراء عملية الشراء، وليس البنك.
وباستعمال هذه البطاقة، فإنه نظريا بوسع أي انسان امتلاكها واستعمالها مثل البطاقة الائتمانية

سؤال:

اذا أنت تعتقد أن التجارة الالكترونية فتحت آفاقا جديدة للمرأة المسلمة بالعمل في البيت؟ كيف؟

تخيل ربة بيت في بيتها وسيدة أعمال في نفس الوقت تدير موقعها بنفسها
مع بعض المساعدات الخارجية

رأيي في العمل من المنزل ؟
أعتقد أنه لم يظهر إلا لوجود ما يستدعي ظهوره !
بداية ظهر لخدمة الموظفين و المدراء للتواصل مع اعمالهم دون انقطاع في المكتب و المنزل .
ثم بدأت تظهر ايجابيات أخرى لهذه الظاهره

أعتقد أنها مفيدة لشريحة معينة من الناس أكثر من غيرهم ، على أساس أن البشر بيطيعتهم يحبون العمل وسط جماعات
مثلاً العمل من المنزل مفيد للمراة المسلمة المأمورة في البقاء في منزلها !
مفيد لشخص معاق مثلاً ؟
فئات كثيرة من المجتمع ممكن تستفيد من العمل المنزلي

ممكن أشارك بخصوص العمل في البيت أو العمل في المنزل
رب العمل سيلزم الموظف الذي يعمل بالبيت بكم انتاجي وليس ساعي
عموما اللي ضميره صاحي أينما ذهب سيبقى ضميره صاحي والعكس

سؤال:

__________________________ اقتباس __________________________________

الأمن والخصوصية: هذه الأمور مهمة جدا في عالم الشركة للمستهلك خصوصا في ميدان الأمن والأمان والتي يظن الكثير من الناس بأنها منيعة 100%. والكثير من الناس تحجم عن المشاركة في التجارة الالكترونية بدواعي الخوف من الكشف عن خصوصياتهم

____

لكل طالب موجود، أود الحصول على رد على هذا السؤال:

هل اشتريت شيئا عبر الانترنت؟ إن كان نعم، فما هو شعورك؟ إن كان لا، فلماذا؟

ما هو خوفك للشراء من الانترنت؟

هل تثق بالمواقع العربية التي تبيع من خلال الانترنت؟ اذكر بعض من المواقع العربية ذات السمعة الحسنة في البيع والشراء من خلال الانترنت

في الحقيقة لم أشتر شيئا
ليس الخوف ولكن لأرى ضرورة لها ان كنت لاأحتاجها
ولكن مايمنع الكثيرين هو عدم امتلاك بطاقات فيزا أو ماستر كارد فكيف يدفعون فيجدون مصاعب وه ذوي دخل محدود

بالنسبة لي لم أقم بالشراء من الأنترنت
بصراحة كونه شئ جديد ولم أكن على علم بالمميزات

هنا في هذه الدورة كانت أول محاولة لي للخوض في مجال التجارة الإلكترونية مع اني كنت أحاول أن أقوم باستخدامها من خلال تصميم موقع لي أخدم به العملاء

انا لم اجرب الشراء ابدا من الانترنت.. لعدم معرفتي السابقة به.. ولعدم ميلي لهذا النوع من المواقع..
اما الان فانا اطمح كثيرا لشراء كتب عديدة من الانترنت..
لاني اجد ما اريده من الكتب بسهولة..
وساحاول تعلم كيف يتم الشراء وماذا يتطلب..

بصراحه انا لغيت من بالي فكره الشراء من الانتر نت
لاني اسمع دائما عن سرقه البطاقات
وايضا احد الاصدقاء سرق اربع بطاقات ويستخدمها في انشاء مواقع ،،،،
ولهذا السبب تخاصمنا

سرقة البطاقات؟
طيب سؤال: هل لديكِ بطاقة ائتمانية؟ أو والدكِ على الأقل؟ واذا ذهبتوا إلى مطعم ما ودفع الوالد التكاليف عن طريق بطاقته. ألم يخطر في بالكِ بأن الجرسون قد يسرق رقم البطاقة؟ فكل ما تحتاجه هو رقم البطاقة لكي تسرق

فكيف تثقين بهذا الجرسون ولا تثقين بالشركات الكبيرة ذات السمعة الحسنة؟

هل اشتريت شيئا عبر الانترنت؟
نعم
إن كان نعم، فما هو شعورك؟ إن كان لا، فلماذا؟
لا يوجد شعور غريب يا أستاذ !
خصوصاً أنني كنت أستخدم نوع خاص من بطاقات الشراء عبر الإنترنت ...

ما هو خوفك للشراء من الانترنت؟
لا يوجد أي مخاوف ..... بشرط التسوق من موقع معروف !

هل تثق بالمواقع العربية التي تبيع من خلال الانترنت؟ اذكر بعض من المواقع العربية ذات السمعة الحسنة في البيع والشراء من خلال الانترنت
بصراحه أغلب الشركات العربية تتعال بطريقة الشند المقبوض .... قلة فقط هي تلك الشركات العربية التي تتعامل بطريقة إلكترونية بحتة .
السبب ؟ عدم سهولة فتح حسابات بنكية يمكن الايداع بها عن طريقة الشبكة ..... حيث أن غالب الشركات التي تعمل كوسيط بينك و بين زبائنك تتطلب وجود حساب بنكي في أمريكا فقط .....
على العموم ظهرت بعض الشركات البدية في الشرق الأوسط .... لذا قد يتغير الحال قريباً بإذن الله

لا لم اشتري شيئا عبر الانترنت
السبب:لم أكن املك الفيزا كارد ساعتها بعكس الوقت الحالي.

لا أخاف من الشراء عبر الانترنت فأنا اراها من الأمور والتسهيلات التي يجب استغلالها.

نعم اثق بالمواقع العربي التي تعرض شهادة أمان لديها ، وسأحاول مستقبلا الشراء بإذن الله منها خصوصا في مجال الكتب أو في حجز اسم ومساحة موقع.
من المواقع التي أرتاح لها وأود تجربتها:مكتبة النيل والفرات فهي سمعتها ممتازة جدا .
وبصراحة لا أرى أي خوف من الشراء عبر الانترنت فنحن نستطيع وضع بطاقة خاصة بها مبلغ صغير من المال لتجربة شراء عبر الانترنت فإن ضاع المال لن نكون قد خسرنا الكثير ولو جاءت لنا السلعة نكون قد وثقنا بالتجارة الالكترونية
والموضوع بصراحة يحتاج إلى تجربة فأنا أراه شيء ممتع يستحق التجربة بالفعل

رغم دخولي الدائم على مواقع التسوق وحبي البحث من خلالها عن بعض الاشياء الا انني لم افكر بالشراء من خلالها ربما لخوفي من وضع رقم الحساب الخاص بي خلال النت ولعدم ثقتي في انني سوف احصل على السلعة المطلوبة ....
بالنسة للمواقع العربية لا اثق فيها ربما لقصر الفترة الزمنية لها وربما فقط لانهم عرب!!!!! لا اثق بجودة مايصنعون ومايشوؤون واعتقد بان الحماية الامنية خلال مواقعهم لن تكون كافية، لم ازر الا مرة واحدة احد هذه المواقع وهو موقع مكتوب والظاهر ان عليه اقبال في مسألة البيع والشراء من خلاله.......

هذا والله اعلم!

شركة الأفق للكمبيوتر بيع برامج ولكن أثق بها على حسب اسمها
وعلى فكرة فانا أؤيد عمل المرأة بالبيت من خلالtelework

** انتهى اليوم الثالث **

البنية التحتية للتجارة الالكترونية:

أغلب مواقع التجارة الالكترونية تقوم على نفس البنية الشبكية وبرتوكولات الاتصال ومعايير الويب وأنظمة الأمن. في هذا الفصل سنركز على أساسيات البنى التحتية للبرمجيات software وللمكونات الصلبة hardwareالتي تستعمل في أغراض البيع والشراء والخدمات والمحادثة ما بين الشركة وزبائنها وشركائها التجاريين. فعلى الرغم من أن الأمور المتشابهة ما بين مواقع التجارة الالكترونية أكثر من الأمور المختلفة إلا أن أحيانا بعض المواقع تحتاج إلى مزودات وأجزاء خاصة خصوصا في المواقع التي تشهد مثلا عدد مرتفع من الزيارات والتي تحتاج إلى طريقة خاصة للبيع وللشراء. وفي هذا الفصل أيضا سنقرأ عن بعض من هذه الأجزاء الخاصة. وعندما نناقش البنية للتحتية للمواقع، يجب أن نركز بأن التنقية ليست وحدها المعيار. فأغلب المواقع تستخدم نفس التقنية! ولكن الأمر الذي يفرق ما بين موقع لآخر هو كيفية استعمال هذه التقنية ودرجة الاهتمام بالناحية التجارية للموقع.

الشبكة المتألفة من عدة شبكات:

اذا رجعنا سنوات قليلة للوراء، نجد بأن الشركات كانت تعاني بشدة من أجل ايصال المعلومات الموجودة اون لاين وارسال الاستمارات حتى إلى موظفيها خصوصا إلى الأماكن الجغرافية البعيدة والتي لا يسكنها الكثير من الناس. ولكن الآن، فإنه بوسع الشركة ارسال أية معلومة لأي موظف أو زبون أو شريك تجاري أو عامة الناس في أي مكان كانوا. الكثير من المختصين يرجعون سبب هذا التطور إلى الويب. ولكن لولا الله ولولا 30 سنة أو أكثر من استثمار وتطوير البنية التحتية للشبكة العالمية (الانترنت)، لما استطعنا أن نحصل على الويب.

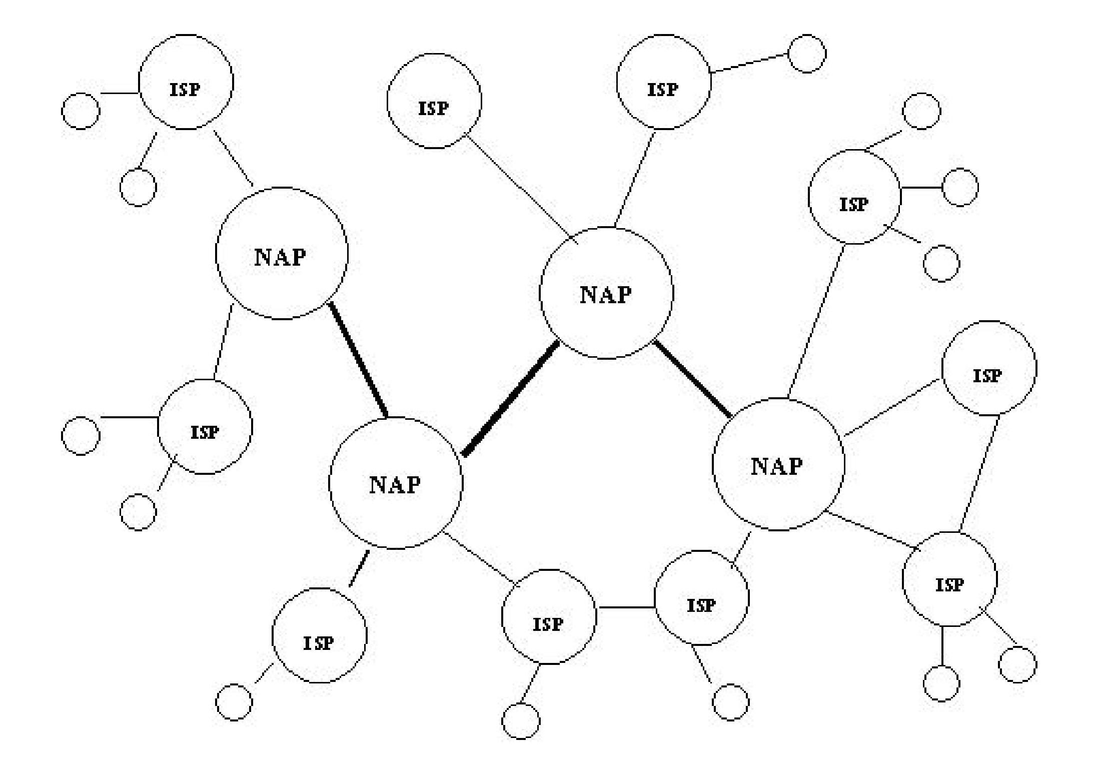
الكثير من الناس تستعمل الانترنت بشكل يومي ولكن القليل من يفهم كيفية عملها. فمن الناحية المادية) الفيزيائية) فإن الانترنت هي شبكة مكونة من الألوف من الشبكات المتصلة مع بعضها البعض. ومن ضمن هذه الشبكات المتصلة مع بعضها البعض:

(1الأعمدة الفقرية backbones المتصلة مع بعضها البعض والتي لها امتداد عالمي

(2عدد وافر من الشبكات الجزئية للدخول والتوزيعaccess/delivery subnetworks

(3الآلاف من الشبكات المؤسسية والخاصة التي تصل ما بين مزودات المنظمات والشركات المختلفة والتي تحوي على الكثير من المعلومات ذات الفائدة.

يتم ادارة الأعمدة الفقرية بواسطة مقدمي الخدمة الشبكية network service provider NSP وهي تشمل بعض الشركات من مثل MCI و Sprintو UUNET/MISو PSINetو .BBN Planetكل عمود فقري يستطيع ارسال أكثر من 300 تيرابايت (300 terabyte) في كل شهر. شبكات التوزيع الجزئية تقدمها مقدمي الخدمة الانترنتية (Internet Service Providors ISP) المحليين والاقليميين. وتتم مبادلة البيانات ما بين مزودي الخدمة الانترنتية ومزودي الخدمة الشبكية في نقاط الدخول الشبكي (Network Access .(Point NAPانظر الرسمة التالية:



فعندما تقوم بطلب معلومات أو بيانات من خلال حاسوبك الآلي، فإن الطلب في أغلب الأوقات سيمر أولا من خلال شبكة مزودي الخدمة الانترنتية ثم يمر على عمود فقري واحد أو أكثر وبعد ذلك يصل إلى شبكة أخرى لمزودي الخدمة الانترنتية وأخيرا إلى الحاسوب الآلي الذي يملك المعلومات التي طلبتها. الإجابة على الطلب سيمر بنفس المنوال السابق. ولكن لكل طلب ولكل إجابة ليس هناك مسار محدد أو مثبت سابقا. بالأحرى، فإن الطلب والإجابة سيتم تقسيمهما فيزيائيا إلى رزم وكل رزمة تأخذ مسار مختلف وهذه المسارات يتم التخطيط لها من قبل الموجه .router والموجات هي أجهزة خاصة تملك خرائط محدثة للشبكات التي على الانترنت ومن خلال هذه الخرائط تستطيع الموجهات ترسيم المسارات للرزم. شركة سيسكو(Cisco) هي من أكبر منتجي الموجهات السريعة.

بروتوكولات الانترنت:

من أكثر الأمور المثيرة للاهتمام في عالم الانترنت هو أن ليس هناك جهة معينة تتحكم فيها. وهذا هو عين السبب الذي منع الشركات في بادئ الأمر من الاستثمار في الانترنت للأغراض التجارية. فالانترنت ليس مثل النظام العالمي للهواتف والتي تدار من قبل عدد صغير من كبرى الشركات التلفونية والتي يتم تنظيمها واصدار القوانين عليها من قبل الحكومات والدول. بل الانترنت عبارة عن "فوضى منظمة" والتي تعمل فقط لأن هناك الكثير من الاتفاقات التي جرت بدون أي مفاوضات ما بين كل الجهات المعنية بالأمر بخصوص البروتوكولات التي تجعل الشبكات تعمل على الرغم من أن شركة IETF الطوعية هي المسؤولة عن تطوير معايير وخصائص الانترنت. يقول أحد المختصين:

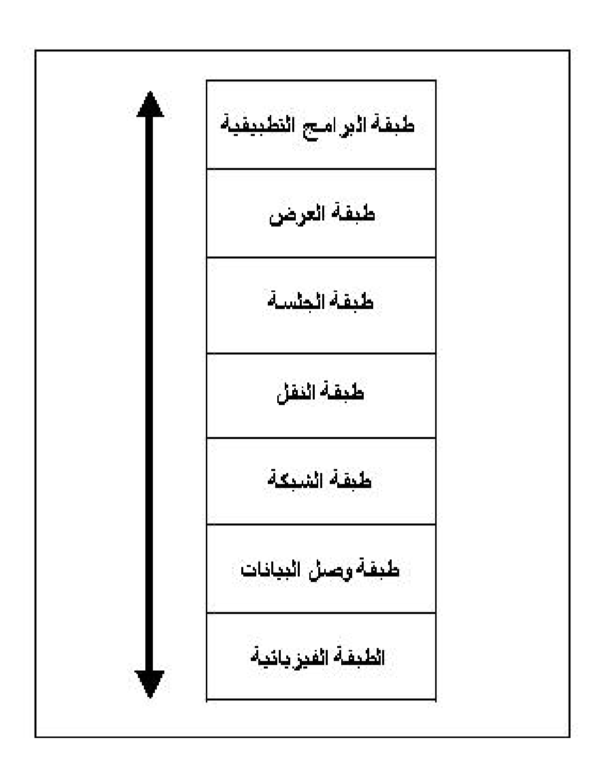
"مشكلة الشبكات البينية هو كيفية بناء مجموعة من البروتوكولات التي تستطيع ادارة الاتصالات ما بين أي جهازين أو أكثر والتي كل جهاز فيها يستخدم أنظمة تشغيل مختلفة. ولكي يزيد الأمر تعقيدا فإن كل نظام متصل مع بعضه البعض لا يعرف حرفا عن بقية الأنظمة. فليس هناك أي أمل من معرفة أين يقع النظام الآخر أو أي البرمجيات التي تستخدم فيها أو ماهية المنصة الصلبة المستخدمة."

فالبروتوكول هو مجموعة من القوانين التي تحدد وتفصل كيف لحاسوبين آليين أن يتصلا ببعضها البعض عبر شبكة ما.

البروتوكولات التي تم بناء الانترنت عليها تحوي عدة تصاميم أساسية:

(1قادرة للعمل على عدة محاور :interoperable النظام يدعم برمجيات وحواسب آلية مصنعة من شركات مختلفة. وهذا - بالنسبة للتجارة الالكترونية - يعني بأن الزبائن وأصحاب العمل لن يضطروا أن يشتروا أنظمة معينة من أجل تسيير التجارة.

(2مُطَبَّقة :layered أي أن جميع البروتوكولات تعمل في طبقات بحيث أن كل طبقة تبدأ عملها بعد أن تنتهي الطبقة التي تحتها أو فوقها من الانتهاء من عملها. وكل طبقة تستخدم البيانات الناتجة من الطبقة التي فوقها أو تحتها. انظر الرسمة:



(3بسيطة :simple كل طبقة في البناء مسؤولة عن بعض من العمليات والمهام.

(4نهاية إلى نهاية :end-to-end الانترنت مبنية على بروتوكولات" النهاية إلى النهاية". هذا يعني بأن تفسير وقراءة البيانات تحدث فقط في طبقة التطبيق وليس في طبقات الشبكة. وكمثال لتوضيح الصورة، فإن الأمر أشبه بعملية ارسال البريد. فساعي البريد لا يعرف ما هو الموجود في الطرد أو في البريد. فقط الشخص المرسل والفرد المستقبل هما الوحيدان اللذان يعرفان طبيعة الرسالة.

TCP/IP

البروتوكول الذي يقدم حلولا في مجال الاتصال ما بين الشبكات العالمي global internetworking هو بروتوكول التحكم بالارسال/بروتوكول الانترنت Transmission Control Protocol/Internet Protocol .TCP/IPهذا يعني بأن أي حاسوب آلي أو نظام متصل بالانترنت، فإنه يستخدم .TCP/IP وفي واقع الأمر، فإن هذا البروتوكول هو عبارة عن بروتوكولين اثنين:

(1بروتوكول التحكم بالارسالTransmision Control Protocol TCP

(2بروتوكول الانترنتInternet Protocol IP

وظيفة بروتوكول التحكم بالارسال هو التأكد بأن حاسوبين آليين يستطيعان الاتصال ببعضها البعض بطريقة يعول عليها. كل اتصال لبروتوكول التحكم بالارسال يجب أن يقابله أشعار باستلام البيانات. فاذا لم يتم الحصول على هذا الاشعار بعد فترة معينة، فإن على الجهار المرسل إعادة ارسال البيانات. ولكي تتم عملية الارسال أو عملية إجابة لطلب، فإن الطلب المرسل يجب تقسيمه إلى أقسام صغيرة تسمى بالرزم .packets كل رزمة تحوي عنوان الجهاز المرسل والجهاز المستقبل. وهنا يتدخل بروتوكول الانترنت. فبروتوكول الانترنت ينسق الرزم وتوزع العناوين.

النسخة الحالية لبروتوكول الانترنت هو 4 .(IPv4) وهذه النسخة تقول بأن عناوين الانترنت تتكون من 32 بت وتُكتب كأربع مجموعات من الأرقام تفصلها نقاط مثلا هكذا: 443.333.44.3. لعك عنوان الموسوعة [url]www.c4arab.com[/url]يكون مؤلوفا لديك، ولكن وراء كل عنوان تجد عنوان رقمي مكون من 32 بت. الجهة التي تقوم بتوزيع العناوين الرقمية هي المركز المعلوماتي لشبكة الانترنت Internet Network Information Center InterNIC.

باستخدام النسخة الحالية لبروتوكول الانترنت فإن عدد العناوين المتاحة تتجاوز قليلا عن 4 بلايين (2 أس 32). هذا الرقم يبدو عاليا جدا خصوصا وأن عدد الحواسب الآلية الموجودة حاليا في العالم تعد في الملايين فقط. المشكلة أن توزيع العناوين لم يتم بصورة فردية، ولكن بصورة جماعية. مثلا، عندما قامت شركة HP بطلب عنوان الكتروني لها، تم اعطائها مجموعة العناوين "15". هذا يعني بأن HP حرة في أن تستخدم أكثر من 16 مليون عنوان يبدأ من 15.0.0.0. إلى 15.255.255.255. ويتم إعطاء مجموعات أصغر للشركات الأصغر.

hالإيجابية الوحيدة للتوزيع الجماعي للعناوين الانترنتية هو تخفيف كاهل الموجهات لأن اذا الموجه عرف بأن العنوان يبدأ بالرقم 15 فإن هذا يعني بأن هذه البيانات يجب أن تذهب إلى حاسوب آلي موجود على شبكة .HP ولكن المشكلة في أن عدد العناوين المتوافرة ستقل كثيرا في السنوات القادمة. ولهذا السبب، فإن الكثير من المختصين بالانترنت بدأوا بتصميم" الجيل التالي من بروتوكول الانترنت" Next Generation Internet Protocol IPng. وهذا البروتوكول - والذي تمت اعادة تسميته إلى بروتوكول الانترنت النسخة السادسة - قد تم استخدامه من قريب فقط ويستعمل 128 بت من أجل صياغة العناوين. وهذا يسمح بكدريليون حاسوب آلي (الرقم واحد وبيمينه 15 صفرا) بالاتصال بالانترنت.

أسماء النطاق Domain Names

أسماء النطاق من مثلwww.c4arab.com توجه الحواسب الآلية إلى مواقع معينة على الانترنت. أسماء النطاق مقسمة إلى أجزاء وكل جزء يفصله نقطة عن الجزء الآخر. الجزء في أقصى اليمين هو اسم النطاق الرئيسي والجزء في أقصى اليسار هو اسم الحاسوب الآلي الخاص والجزء الوسط هو نطاق ثانوي. فمثلا، ففي اسم النطاق [url]www.c4arab.com[/url]، فإن www هو اسم الحاسوب الآلي الخاص و comهو اسم النطاق الرئيسي و c4arabهو اسم النطاق الثانوي. أسماء النطاق منظمة على

أساس هرمي. ففي قمة الهرم نجد النطاق الجذري .root domain وتحت النطاق الجذري نجد النطاقات الرئيسية. وإلى عام 1997، كان هناك 7 نطاقات أساسية وهي com و edu وgov وmil وnet و .orgوتحت كل نطاق رئيسي نجد طبقة من النطاقات الثانوية وتحتها طبقة أخرها من النطاقات الثانوية وهلم ما جرى. وفي أسفل وقاع الهرم نجد الحواسب الآلية الحقيقية.

وعندما يريد فرد ما الدخول على موقع معين، فإن ذلك يحدث عن طريق اسم النطاق وليس عن طريق العنوان الرقمي. وفي خلف الكواليس فإن اسم النطاق يتم تحويله إلى العنوان الرقمي المناسب باستخدام مزود خاص يسمى بمزود اسم النطاق .domain name server وكل منظمة ومؤسسة تملك مزودين اثنين لاسم النطاق احدهما رئيسي والآخر ثانوي من أجل توجيه الضغط الشديد. فإن لم يستطع مزود اسم النطاق الرئيسي أو الثانوي تحويل الاسم إلى عنوان رقمي فإن الاسم سيتم ارساله إلى النطاق الجذري ومن ثم إلى النطاق الرئيسي. والنطاق الرئيسي يمتلك قائمة من المزودات للنطاقات الثانوية. ويتم ارسال الاسم من النطاق الرئيسي إلى النطاق الثانوي المقصود بالأمر إلى أن يجد الفرد مبتغاه. وعلى الرغم من أن العملية قد مرت بمزودات عدة، فإن الأمر يستغرق مجرد مايكرو ثانية.

سلطة اسناد الأرقام للانترنت Internet Assigned Numbers Authority IANA تتحكم في نظام اسم النطاق. بينما شركة Network Solutions تصدر وتدير أسماء النطاق لأغلب النطاقات الرئيسية. الغالبية القصوى من الأسماء التي أصدرت في الأعوام السابقة تحوي النطاق الرئيسي .com وبطبيعة الحال، فإن الأسماء يجب أن تكون وحيدة ولا نظير لها. ولكن المشكلة تكمن في أن الكثير من الشركات حول العالم تلك نفس الاسم! تصور مثلا عدد الشركات التي تحمل الاسم "الخليج"؟ ولكن الأفضلية تُعطى لمن يتقدم بطلب الاسم أولا. المتقدم يجب أن يثبت بأن له الحق القانوني باستخدام ذلك الاسم أولا. فاذا تفجر النزاع ما بين شركتين في حق اسم النطاق فإن الشركة التي لديها العلامة التجارية الأسبق تفوز. ومن احدى الطرق لتقليل الخلاف حول أسماء النطاق هو اصدار نطاقات رئيسية اضافية.)وهو طور التحديث حاليا).

=====================================

يونايتد بارسل سيرفسUnited Parcel Service UPS

يونايتد بارسل سيرفس أنشأت عام 1907 من أجل توزيع ونقل المراسلات التجارية وتعتبر أكبر شركة موزعة في العالم حاليا. من قديم الزمان ويونايتد بارسل سيرفس تسمح للزبائن بالاستفسار عن رزمهم البريدية عن طريق التلفون. هذه العملية تكلف حوالي دولارين لكل اتصال وهي عملية مكلفة. ولذلك، في عام 1995 أنشأت يونايتد بارسل سيرفس موقع لها على الانترنت. في هذه التجربة الأولى، فإن الموقع استضيف على مزود واحد فقط، وكان يحوي على القليل من الصفحات المعقدة. ولكن ما بين عامي 1996 و1997 تم تطوير الموقع بشكل كامل من أجل خدمة الزبائن بصورة أفضل.

الموقع الجديد يحوي على الكثير من المعلومات التسويقية بالاضافة إلى:

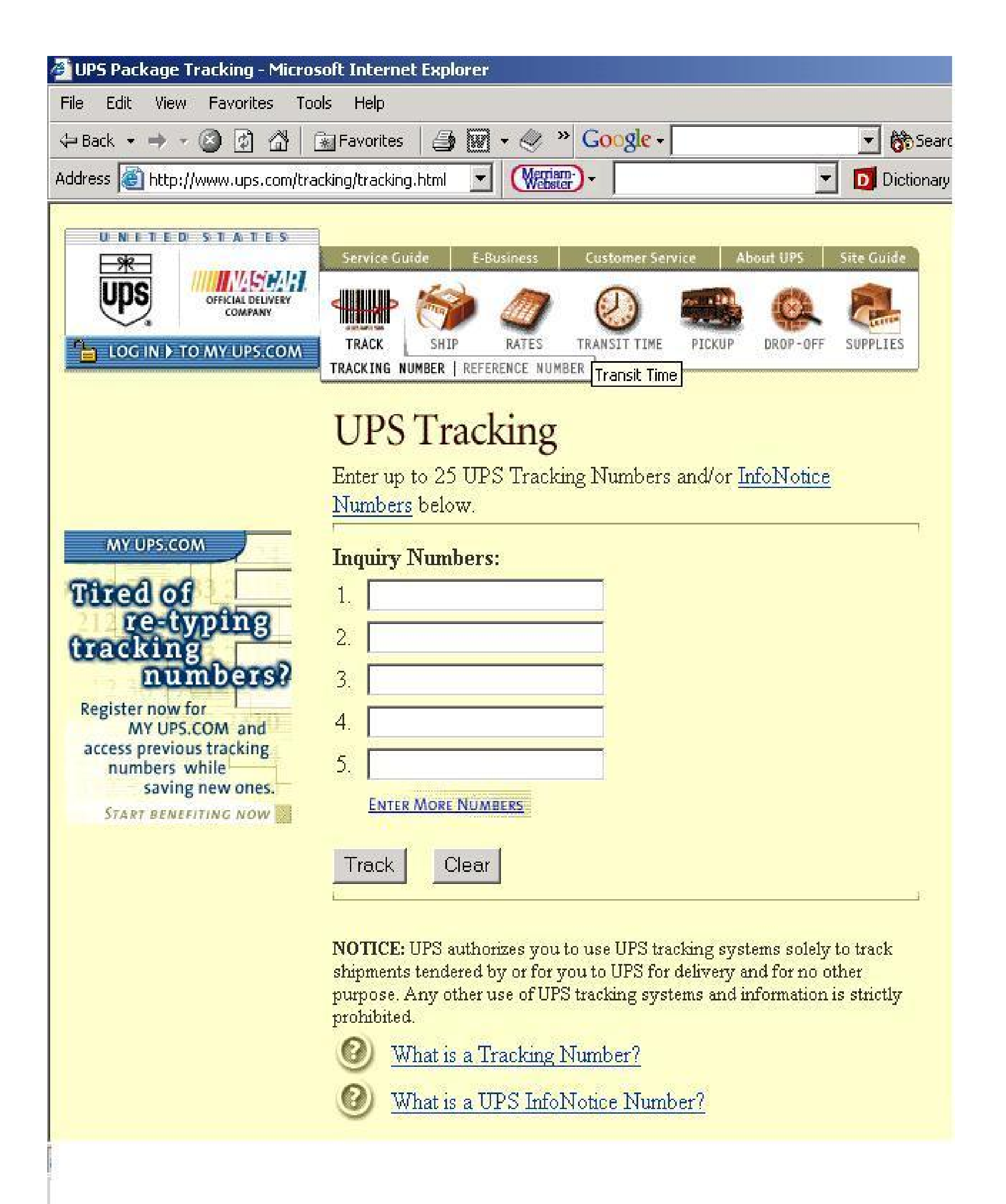
-السماح للزبائن بالاستفسار عن طرودهم البريدية عن طريق الانترنت

-تحديد كلفة النقل والوقت الذي سيستغرقه الطرد للوصول إلى هدفه

-تحديد وقت من اليوم لكي يقوم ممثلي يونايتد بارسل سيرفس باستلام الطرائد منك وأنت في منزلك أو عملك

-استكشاف أقرب الأماكن من أجل ارسال الطرائد منها

فإن قام الزبون بالنقر على زر "Tracking" من أجل الاستفسار عن طرائده، فإن الموقع سيأخذه إلى الاستمارة الظاهرة بالأسفل. فيقوم الزبون بتعبئة الحقول اللازمة وسيحصل خلال أقل من ثانية على المعلومات التي يحتاجها عن طرده البريدي.



وعلى الرغم من أن العملية تبدو أسهلة، إلا إنها أكثر تعقيدا في الكواليس. فعندما يصل طلب الاستفسار إلى موقع الشركة، فإنه سيتم ارسال هذا الطلب إلى عدد من مزودات الويب. وطريقة اختيار المزود النهائي من أجل معالجة الطلب يعتمد على عدد من العوامل مثل الضغط على بقية المزودات. ويقوم المزود المختار بارسال الطلب إلى مزود التطبيقات المعني بالأمر. ويرسل مزود التطبيقات الطلب إلى حاسوب IBM AS/400 والذي بدوره متصل بقاعدة بيانات الطرائد البريدية. وفي الواقع فإن هذه قاعدة البيانات هي الأكبر في العالم من ناحية المعاملات وتحوي على 16 تيرابايت من البيانات. فيقوم الجهاز الرئيسي بالبحث في قاعدة البيانات عن الرزمة المعنية بالأمر. وعندما يتم الحصول على المعلومات المناسبة، فإن هذه المعلومات يتم ارسالها بطريقة عكسية إلى موقع الشركة لكي تظهر للزبون.

فموقع UPS مصمم من أجل تحمل ضغط الكثير من الزيارات في اليوم الواحد. ففي عام 1998 كان هناك حوالي 5.7 مليون hit في اليوم و82 ألف جلسة في اليوم و225 ألف طلب واستفسار في اليوم.

==================================

الواجب المنزلي:

استكشف الأدوات المستعملة من أجل مراقبة موقعك على الانترنت. ما هي الخدمات الأساسية المقدمة؟ استرشد بهذه المواقع:

www.webarrange.com

www.webtrends.com

www.netgravity.com

أسئلة ونقاش عام على الدرس الرابع

خلونا نبدا الدرس....
بس درس اليوم ما فهمت شو علاقته بالتجارة الالكترونية؟؟؟

علاقته بأن عوامل نجاح التجارة الالكترونية هو قسمين:

1- قسم اداري
2- قسم تقني

والقسم الاداري خذيناه في الدروس الثلاث الأولى، والقسم التقني اليوم

لا اتخافون ... بكرة بيكون درس اداري ههههههههههه
طيب، اليوم بنسويه قسم للأسئلة العامة، أي سؤال عندك في التجارة الالكترونية فقوله

ابغى اعمل موقع اتاجر فيه تجاره الكترونيه ماذا احتاج ؟؟
هل هناك جهات معينه,, وكيف اوفر الامان ،،وكيف يكون السحب من البطاقه

بناء موقع للبيع والشراء عملية سهلة جدا.

ما الذي تحتاجينه؟

1- موقع على الانترنت
2- سلعة للبيع
3- طريقة آمنة للبيع عبر الانترنت

ولكن السؤال المهم: كيف تنجحين؟؟؟؟؟

هل يوجد موقع لتسجيل العلامة التجارية عالميا وأين هو / الوصلة
لنفرض أن لدى شركة موقع تسويقي كيف بإمكانها نشره غير محركات البحث
وفي حال إستخدام وسيلة الإعلان هل توجد إحصائيات تبين أي المواقع أكثر زيارة وشهرة

بالنسبة لتسجيل العلامة التجارية، تسجلها في وزارة التجارة في بلدك أو في وزارة التجارة في احدى البلدان المتقدمة لحماية أكثر.

كيف تضع موقعك في نتائج البحث؟ بكل بساطة، تدفع لمحرك البحث أن يضع موقعك ضمن النتائج، خصوصا أول النتائج إن أردت

سؤالك الأخير هو محور الواجب لدرس اليوم

طيب لو انا رادت البحث عن مواقع تجارة الكترونية
أي محرك بحث افضل من غيره في هذا الموضوع بالذات؟؟؟؟

ماذا تقصد بمواقع التجارة الالكترونية؟ أي المواقع التي تبيع وتشتري عبر االانترنت؟
ليس هناك محرك "خاص" بهذا. فكل محركات البحث توفر هذه الخدمة، واشهرها طبعاgoogle

نقاشات الاستاذ بسام مع الطلبة

هنا سيقوم الاستاذ بسام بوضع الاسئلة للطلبة ليقوموا بالتعليق عليها .... ثم يناقشها فى نهاية الدرس
ستكون اسئلة الاستاذ بسام مميزة باللون الاحمر .... وفى النهاية ستجدوا تعليق الاستاذ .

وهذا سؤال أسأله لكم: ما هي صفات الموقع الناجح للبيع والشراء عبر الانترنت؟ المفروض يكون هذا السؤال سهل عليكم اذا حليتوا الواجب

لنجاح الموقع
التصميم الجيد ،، الاعلانات في الاماكن المناسبه
توفير السلع في وقتها ،، والاهم توفير الامان للزبون

برأي
اولا ان يكون اسم الدومين سهل نوعا ما او مختصر(التعليل: عندما يكون هناك اكثر من موقع يقدم نفس الخدمة بنفس الاسعار و المواصفات ألجأ للموقع الاسهل كتابة)

ثانيا ان يقوم بعمل دعاية و ان ينشره في محركات بحث عديدة

ثالثا ان يكون ذو تصميم جذاب و خصوصا للعميل او الزبون

رابعا ان يكون اسلوب الامان فيه كبير لدرجة كبيرة و هنا يمكن ان تبني الثقة

خامسا ان يقدم اسعار افضل و عروض مغرية اكثر

بعض مقومات نجاح الموقع التجاري :
*سهولة الوصول إلى الموقع من خلال محركات البحث
*توفر الأمان .
*أن تتم المحافظة على مستوى الخدمة فكثير من الشركات بعد أن تتم عملية البيع للعميل نجد نقص في خدماتها.
*وضوح قوانين الشركة في الموقع وضمان حقوق العميل .

المشكله كيف نوفر طريقة آمنة للبيع عبر الانترنت
وكيف الشركات يضيفون بطاقات ماستر كارد .....
وكيف يتم السحب من البنك
وكيف نعمل داتا بيز؟؟رحنا للتصميم

لا توجد هناك طريقة آمنة 100% للبيع عبر الانترنت. عند إجراء أي عملية شراء على الانترنت، تأكد من أن الموقع موثق بواسطة SSL وأيضا علامة القفل في أسفل المتصفح تكون موجودة.

بخصوص ماستر كارد، لم افهم ماذا تقصدين بهذا السؤال!

كيف يتم السحب من البنك؟ كتبتُ مقالة بخصوص هذا، ولكن موقع الموسوعة متوقف حاليا للأسف

كيفية عمل قاعدة بيانات؟ لا أعتقد أن هذا في مجال دورتنا. تستطيعين وضع ذلك السؤال في احدى الساحات المخصصة وسنرد عليكِ هناك

بالشيء المهم الذي لم نذكره
هو سهولة التعامل مع الموقع و سرعة ارسال الطلبات للزبائن

هل هو وجود خدمة أون لاين للعملاء
أو سرعة التجاوب مع طلب العميل
أو الأسعار المناسبة والعروض التشجيعية .
وصول المنتج او المطلوب في الموعد؟؟؟

أعتقد
أن الموقع الناجح اذا عرف مايريده الزبون) حسب المفهوم التسويقي في الدرس الأول هو من مقومات البيع الناجح)
وحسب أسعار الموقع وشهرته ...وسرع توصيله

وجود تكنكل سبورت الدعم الفني
مثل لو خربت الطابعه تذهب لموقع الشركه وتمشي خطوه خطوه حتى تحل المشكله بدون الذهاب لمحلات التصليح

وطبعا هذا ما يجي الا في الشركات الكبيره ،،مثل ما انت عارف يا استاذ

وانا قال بسويلي تكنكل سبورت حتى ينجح الموقع

الثقة والسمعة الحسنة!

هذه هي أهم خاصية لأي موقع على الانترنت!!!!

ألان كيف لنا أن نأتي بالسمعة لموقعنا؟؟؟ هل من مجيب؟؟

احدى الطرق
عن طريق وضع دعايات له في موقع مشهور جدا
والأسعار كذلك

هذه هي أحدى الإجابات 🙂
أي تقصد عمل برنامج تسويقي رهيب للشركة 🙂
وماذا أيضا؟

تأتي من الخبرة و التعامل الحسن مع الزبائن
و من سبب مهم جدا و هو اعطاء الضمانات للزبون لكي يفكر بالعودة مرة اخرى
و من هنا تأتي السمعة الحسنة

ممكن أقدم خدمات لا يقدمها موقع آخر....فكروا فيها فيها مجال للأبداع
مثلا خدمات مابعد البيع

تأتى السمعه اكيد لازم نضع له اعلانات ونخفض الاسعار
ونعطي الزبون خدمه ممتازه وهكذا يتناقل الناس الخدمه الجيده التي توفرت لهم
وينصحون بعض فيه

نبني الثقة والسمعة لشركتنا بـ

منح الضمانات الكافية للعميل

أن يكون تصفح الموقع آمنا / وجود قفل أسفل المتصفح
وجود شهادات الثقة بالموقع
سمعة الشركة قبل إنشاء الموقع تعكس بعد بناء الموقع
محاولة إشهار إسم الشركة ليصبح إسمها مطروقا
وجود سيرة ذاتية للشركة تبين نشاطها بوضوح وعملاءها الدائمين

تعليق الأستاذ بسام على الإجابات

في نهاية درس اليوم

أود أن اوضحكم لكم أمرا، ولعلكم فهمتم الأمر من تلقاء أنفسكم

هل فهمتم الآن أن التجارة الالكترونية ليس فقط مجرد عملية بناء موقع على الانترنت؟ وأن الأمر أكبر بذلك كبير؟

هل أدركتم الآن لماذا الكثير من المواقع الربحية فشلت؟ لأنها لم تكن تملك خطة تسويقية رائعة!!!

فالأمر يبدأ من ثقة الزبون في الموقع. والثقة ناتجة من السمعة الحسنة. وكيف تأتي السمعة الحسنة؟ عن طريق التسويق والاعلانات!!!!!!

أي أن التجارة الالكترونية امتداد للتجارة الطبيعية، ولا فرق كبير بينهما. فلا تحزن اذا فشل موقعك على الانترنت في بيع أي شيء إن لم تكن لديك خلفية تجارية أو اقتصادية!!!

** انتهى اليوم الرابع **

حلول التجارة الإلكترونية

فمثل التجار التقليديين، فإن تجار الويب لديهم عدد من الخيارات في كيفية انشاء وادارة الواجهة الأمامية الالكترونية للمحل. السؤال الأول الذي يواجه تاجر الويب هو كيفية تحديد المسؤول عن انشاء وادارة الواجهة الأمامية الالكترونية للمحل:

(1هل يقدم على صفقة مع شركة أخرى تتولى هذه العملية؟ أم:

(2ينشأ ويدير هذه الواجهة الالكترونية بنفسه؟

في النهاية، فإن الخيار يعتمد على عدة أمور:

(1حجم الشركة

(2خبرات الشركة السابقة في ادارة الويب والتجارة الالكترونية

(3قدرة موظفي التقنية الموجودين في الشركة

فالشركات الصغيرة أو متوسطة الحجم والتي توظف عدد قليل من التقنيين وتملك ميزانية مالية ضعيفة، فإن الأفضل لهذه الشركة أن تقدم على صفقة مع شركة أخرى لانشاء وادارة الواجهة الأمامية الالكترونية للمحل. كما أن الاقدام على صفقة مع شركة أخرى هو الاختيار الأمثل للشركات الكبيرة التي تريد أن:

(1تختبر نظام التجارة الالكترونية ولكن من دون أن تضطر أن تضحي بالكثير من رأس المال.

(2تحمي شبكاتها الداخلية

(3تعتمد على خبراء في هذا المجال لانشاء مواقع لها على الانترنت ومن ثم تتحكم فيها لاحقا.

هنالك 3 جهات توفر وتقدم خدماتها في إنشاء وادارة واجهة أمامية الكترونية للمحل:

(1المجمعات الانترنتية:Internet Malls

هنالك حوالي 3 آلاف مجمع انترنتي على الانترنت. فالمجمع الانترنتي يتألف من واجهة أمامية واحدة لمجموعة من الواجهات الأمامية الالكترونية. فأي مجمع ذو ادارة ناجحة تسمح بعمليات البيع والشراء ما بين المحلات وبعضها البعض وتوفر أيضا طريقة دفع موحدة بحيث أن المشتري يدفع مرة واحدة فقط من أجل شراء منتجات وخدمات من مختلف المحلات في المجمع الانترنتي. نظريا، فإن أي مجمع له قدرة تسويقية أقوى من أي محل قائم بحد بذاته، مما يعني بأنه يستقطب زبائن آكثر. السلبية الوحيدة هي وجوب مشاركة صاحب المجمع في صافي الأرباح.

(2مزودي خدمة الانترنت:Internet Service Providers ISP

بالاضافة إلى تقديم خدمة الاتصال بالانترنت للكثير من الشركات والأفراد، فإن مزودي خدمة الانترنت توفر أيضا خدمات المضيف إلى التجارة الالكترونية. ولكن في أغلب الأوقات، فإن مزودي خدمة الانترنت يهتمون في توفير بيئة آمنة للمعاملات المالية ولا يعطون أهمية بالغة إلى محتوى المحل. فهذا يعني بأن التاجر الذي يستفيد من خدمات مزودي خدمة الانترنت عليه أن يصمم موقعه بنفسه أو اعطاء مهمة التصميم لشركة أخرى. تستطيع الحصول على قائمة بأفضل مصممي المواقع في الموقع التالي:عالم الانترنت .
ومؤخرا، فإن هناك عدد من مزودي خدمة الانترنت الذين بدأوا بتوفير خدمات كاملة كلية لحلول التجارة الالكترونية.

(3شركات الاتصالات السلكية واللاسلكية:

بدأت شركات الاتصالات السلكية واللاسلكية بتوفير خدماتها لحلول التجارة الالكترونية بصورة متزايدة.
الزبون الأول لهذه الشركات هي الشركات الأخرى الكبيرة والتي تستخدم أيضا خدماتها الاتصالية.

الكثير من الشركات اتجهت إلى بناء وادارة الواجهة الأمامية الالكترونية بنفسها على الرغم من العدد الكبير من التعقيدات التقنية والتسويقية المتزامنة مع هذا الاتجاه. تطوير وإنشاء أي واجهة أمامية الكترونية للمحل يجب أن يتم في ضوء المعايير والعادات التقنية للشركة نفسها. مثلا، فإن الشركة التي لديها الكثير من معدات يونكس يجب أن تستخدم المكونات الصلبة لينوكس وبرمجياتها وأدواتها في عملية انشاء وادارة موقعها الالكتروني. والشركات التي تريد إنشاء مواقعها بنفسها لديها 3 اختيارات:

(1تبني الموقع الاكتروني من الصفر

(2تبني الموقع الالكتروني من خلال كتالوج الكتروني أو حلول مزودات التاجر

(3تبني الموقع الالكتروني من خلال مجموعة تجارية الكترونية متطورة

الشركات التي لديها تقنيين وخبراء تستطيع أن تستعمل الأدوات الاعتيادية ولغات برمجة وواجهة برمجة التطبيقات Application Programming Interface API من أجل انشاء وادارة واجهة أمامية الكترونية للمحل بنفسها. من وجهة نظر البرمجيات فإن هذه الطريقة توفر المرونة الأكثر والتكلفة الأقل. ولكن هذه الطريقة أيضا تؤدي إلى عدد من الخطوات الأولية الخاطئة واضاعة الوقت في التجربة. ولهذا السبب، فإنه حتى الشركات التي لديها تقنيين خبراء فالأفضل لها على الأرجح أن تصنع وتعدل أحد الحلول المتوفرة للشراء.

أنواع حلول التجارة الالكترونية المغلفة

هناك نوعين من حلول التجارة الالكترونية المغلفة:

(1كتالوج الكتروني مغلف أو حلول مزود التاجر

2).complete EC suites

كلا النوعين توفر الوظائف التالية:

-تهيئة الواجهة الأمامية الالكترونية للمحل

-عرض المنتج

-معالجة الطلبات التجارية

-معالجة عمليات الدفع المالي

-توفير دعم لبرمجيات أخرى من مثل الشحن أو حساب نسبة الضرائب

العامل الوحيد الذي يفرق ما بين هذين النوعين هو درجة التعديل المسموح بها وعدد أجزاء المزود التي يجب اضافتها من أجل الحصول على حل كامل. سيتم مناقشة كلا النوعين تاليا.

أولا: **الكاتلوجات الالكترونية ومزودات التاجر**:

الكاتلوجات الالكترونية هي النظير الافتراضي للكاتلوجات التقليدية للمنتجات. فالكاتولجات الالكترونية (مثل الكاتولوجات التقليدية) تحوي مواصفات مكتوبة وصور للبضائع بالاضافة إلى معلومات عن الترويجات والتخفيضات وأساليب الدفع وطرق الشحن. الخصائص الموجودة في الكاتلوجات الالكترونية وبرمجيات مزود التاجر تجعل من عملية ادارة وتهيئة الكاتلوجات سهلة وغير مكلفة لأن التسعيرات وترتيب وتنظيم البضائع سهلة وواضحة. والخصائص الموجودة في هذه البرمجيات تشمل:

-قوالب ومساعدين خبراء wizrds لانشاء الواجهة الأمامية للمحل وصفحات الكاتلوج التي تحوي صورا لوصف البضائع المعروضة للبيع

-عربات الكترونية للتبضع Electronic Shopping carts والتي تسمح للزبائن بجمع البضائع بغرض الشراء ووضعها في عربة الكترونية إلى حين الانتهاء من عملية التبضع.

-استمارات الكترونية لملأ الطلبيات التجارية من خلال طرق آمنة.

-قاعدة بيانات لحفظ مواصفات السلعة وأسعارها بالاضافة إلى طلبيات الزبائن.

-التكامل مع برمجيات أخرى من أجل حساب كلفة الضرائب والشحن ومن أجل تولي عملية التوزيع.

ثانيا: **مجموعات التجارة الالكترونية**:

توفر مجموعات التجارة الالكترونية للتاجر المرونة والتخصص والتعديل والتكامل في دعم الوظائف الالكترونية الظاهرة والمخفية. في مجموعة التجارة الالكترونية فإن فعالية المحل موزعة على عدد من قواعد البيانات والمزودات وليس على قاعدة بيانية ومزود احادي كما هو الحال في نظام الكاتلوجات الالكترونية وحلول مزودات التاجر.

سيتم نقاش مجموعات التجارة الالكترونية من خلال مثالين لشركتين هما من أفضل الشركات في مجال برمجيات مجموعات التجارة الالكترونية:

-انتروولد :Interworld موقعها على النتwww.interworld.com .

-اوبن ماركت :Open Market موقعها على النتwww.openmarket.com.

أهم منتج لشركة انتر وولد هو "تبادل التجارة" Commerce Exchange والذي يبدأ سعره من 75 ألف دولار. تبادل التجارة يقدم معمارية مفتوحة وقابلة للتدريج وذات توجه كائني. وهذه المعمارية تدعم أربعة وظائف أساسية:

(1كاتلوج: نماذج تفاعلية للكاتلوج والتي توفر:

-خدمات تشخيص الكاتلوج لذوق الزبون وأيضا تشخيص عروض المنتجات.

-تسعيرات متغيرة للسلع وتخفيضات فردية

-توجيهات واقتراحات للزبون بزيادة السلع المشترية أو ارشادات إلى سلع أخرى بديلة أو مكملة أو مختلفة

-مقارنة للسلع المختلفة ونصائح اعتمادا على خصائص المشتري أو على تاريخ الشراء للمشتري

-مساعدة للزبون في اختيار السلع

(2ادراة الطلبيات التجارية: نماذج ادارة الطلبيات التجارية والتي تدعم:

-الحصول على المعلومات اللازمة لانشاء طلبية تجارية

-انهاء تفاصيل الطلبية التجارية من الدفع والشحن والمخزون والضرائب

-ارسال الفواتير وادارة الحساب والتي تشمل العناوين لارسال الفواتير وعناوين الشحن ومعلومات البطاقات الائتمانية والحد الأقصى للدفع بواسطة البطاقة الائتمانية والتثبت من صحة البطاقة الائتمانية

(3التنفيذ: واجهات تحوي حلول متعددة للشحن وللتنفيذ.

(4خدمة الزبائن: وهي الوظائف التي تسمح للزبائن القدرة على تأكيد أو تغيير معلوماتهم الشخصية لدى الموقع ومراجعة طلبياتهم التجارية ومراجعة تاريخ مشترياتهم.

أما شركة اوبن ماركت فتصب اهتمامها على الشركات التي تملك عدد كبير من المعاملات اليومية. وبرمجيتهم هي .OM-Transact الخدمات التي توفرها OM-Transact هي:

(1) التحليل والاستخراج: تحليل المبيعات وتصرفات المشتري واستخراج عادات المشتري من أجل تحديد مدى فاعلية الاعلانات والتخفيضات الخاصة والترويجات الأخرى.

(2)العمل على زيادة الطلب: توزيع عروض وكوبونات رقمية لجذب طبقة معينة من الزبائن.

(3) ادارة الطلبيات التجارية: ملئ الطلبيات التجارية والتثبت من الدفع ومن العنوان والتحكم في معالجة الشحن والرصائد والطلبيات التجارية.

(4) التنفيذ: ارسال السلع المادية والسلع الرقمية إلى مشتريها

(5) الدفع: يوفر دعما للتخويل الآني والتقرير الأوتوماتيكي وتجديد الاشتراك وارسال الفاتورة الجزئية والدفع عن طريق البطاقات الائتمانية

(6) خدمة النفس: استخدام آمن للبطاقة الائتمانية من أجل الدفع وإنهاء معلومات الشحن والفواتير.

(7) خدمة الزبائن: دعم موظفي خدمة الزبائن بمجموعة من الأدوات لتحليل وحل مشاكل وأمور الزبائن

(8) التقرير: يوفر مجموعة من التقارير الاعتيادية بالاضافة إلى دعم أغلب التقارير المشهورة وأدوات التحليل.